

XXV AÑOS DE  
TELEVISION VENEZOLANA

**17 comunicación**

# sumario

<u>Presentación</u> .....	2
<u>LA TELEVISION VENEZOLANA</u>	
- Caracterización mercantil de la Televisión venezolana....	4
- La Televisión y sus públicos .....	20
- La programación televisiva venezolana .....	33
(Notas para un estudio crítico)	
- Celebrando los 25 años de la Televisión venezolana: El juicio de la prensa nacional .....	52
<u>DOCUMENTOS</u>	
- Proyecto Ratelve .....	69
<u>GUIA BIBLIOGRAFICA</u>	
- Bibliografía retrospectiva sobre la televisión venezolana .....	84
<u>INFORMACIONES</u> .....	96

# PRESENTACION

La Televisión venezolana constituye, en los actuales momentos, el centro de un debate que involucra diferentes concepciones de analizar a la cultura y en líneas generales, distintas formas de ver a la sociedad en su conjunto. Se trata, como aspecto fundamental, de un debate ideológico sobre las responsabilidades formativas de la televisión comercial.

Si bien resulta relativamente fácil medir a través de encuestas la cantidad de televisión que consume nuestra sociedad, hasta ahora no se ha descubierto ningún método satisfactorio que mida el efecto que causa. Sin embargo, éste es fácil de descifrar si apreciamos los datos obtenidos en uno de los últimos survey en donde se indicaba que de los veinte programas más vistos, doce eran enlatados -provenientes de los Estados Unidos-- y solamente ocho eran de talento vivo -principalmente telenovelas.

En Venezuela, el surgimiento de la televisión coincide con una etapa de agudización de la dependencia económica de nuestro país respecto de los Estados Unidos. En el ámbito de la televisión las repercusiones son inmediatas, tanto en lo que se vincula con la infraestructura televisiva, como en el sostenimiento cotidiano de la industria misma, es decir, en los anuncios

publicitarios. Hoy día, aún cuando hemos saltado algunas gradas - de esta dependencia, en lo que respecta a los contenidos de la mis ma casi todos los programas de tipo didáctico (documentales, dibujos infantiles, fábulas moralizantes) o de trama intriga (los tele cines) deben ser importados, y en un 99 por ciento se importan de la industria televisiva norteamericana.

En este número de "COMUNICACION" tratamos de - correr la cortina, una vez más, que cubre a la televisión venezola na. Comenzamos por presentar un cuadro parcial-somero- sobre la - historia, los contenidos y la programación de nuestra televisión. En la parte Documental se recoge una síntesis sobre el Proyecto Ra telve, en el mismo se aprecia claramente la inadecuación entre el desarticulado sector público de la comunicación y las necesidades del desarrollo. Igualmente, presentamos una completa Guía Biblio-gráfica sobre todo lo que se ha producido en Venezuela en lo que - respecta al tema de la Televisión. Cerramos el número con la acos tumbrada sección de Informaciones.

Marzo 1978.

---

CARACTERIZACION MERCANTIL DE  
LA TELEVISION VENEZOLANA

---

Este trabajo que presentamos, no es más que una síntesis de la Tesis de Grado: "Televisión y Cultura Popular", el cual fuera presentado en la Escuela de Sociología de la U.C.A.B. Sus autoras, María Aleiva Abuchaibe y Elizabeth Cedillo R., han preparado para COMUNICACION este extracto que ofrecemos.

Ubicación en la estructura económica

El nacimiento de la televisión en Venezuela (1952) coincide, con apenas dos años de diferencia, con la aparición de plantas de TV comercial en Estados Unidos (Ver anexo I). La estructura económica, así como el régimen político dictatorial propiciaban a principios de la década del 50, todo tipo de inversiones industriales. El auge económico producto de los ahorros obtenidos de la explotación de petróleo y del sector comercial, propician las inversiones en otros sectores. El Estado inicia una política económica de grandes obras y gasto público.

El surgimiento de la TV comercial en Venezuela lo facilita el Estado con la apertura de la primera emisora de TV: Televisora Nacional (canal 5). En el año 1953 surgen dos emisoras de tipo comercial: Televisa (canal 4) y Radio Caracas TV (canal 2). Estas dos empresas privadas de teledifusión son las existentes en la actualidad, luego de consolidarse la concentración del medio, por la desaparición de otros canales comerciales

surgidos en la década del 60: Teletrece (Valencia), Canal 11, Ondas del Lago (Maracaibo), CVTV (canal 8), inicialmente en manos privadas, forma parte actualmente de la televisión estatal, conjuntamente con el Canal 5.

En Venezuela los servicios de radio y TV son competencia estatal pero existe una reglamentación especial que data de 1941 donde se establece un sistema de concesiones a particulares para la prestación de estos servicios.

A finales de la década del 50 la quiebra fiscal y el endeudamiento externo, acompañados de las formas tradicionales (represivo-policial) que imperaban en el aparato político, iban en contra del desarrollo de una industrialización "nacionalista" y del afianzamiento de la burguesía industrial. En el estado oligárquico el beneficio se reparte entre unos pocos, económicamente incapaces de generar mayor plusvalía y reinvertirla; por lo tanto, este beneficio iba al exterior.

Ya para esta fecha la TV ha pasado por un período de asentamiento. Prueba de ello es que todos los organismos patronales de las ramas afines y complementarias a los M.C.M. se organizan alrededor de la caída del Gobierno de Pérez Jiménez.

Desde su nacimiento, las empresas privadas de TV venezolanas estuvieron directamente ligadas a las inversiones de las empresas norteamericanas en comunicaciones.

En 1970, luego del proceso de racionalización y concentración del medio, el capital foráneo conservaba acciones en las dos televisoras privadas. "El canal 2, por ejemplo pertenecía a la National Broadcasting Company, con el 20% del capital y al

grupo Phelps, con el 70% y a otros propietarios que tenían el 10%. El canal 4 estaba controlado por la Pepsi-Cola International y la American Broadcasting Company, que dominaba sobre el 80% del capital, en tanto que el 20% restante pertenecía a la sucesión Monsanto y a Oswaldo y Diego Cisneros, cubanos." (1)

Así tenemos que Venevisión (canal 4), era una empresa mixta de capital norteamericano-venezolano estimado en Bs. 12.583.300, del cual la American Broadcasting Company (ABC) poseía unas 300.000 acciones equivalentes a un dieciochoavo del mismo.

La ABC, una de las tres empresas televisivas norteamericanas, tiene intereses en 63 países del mundo, de los cuales 11 son latinoamericanos incluyendo por supuesto a Venezuela. En Estados Unidos posee 68 estaciones afiliadas y opera en 8 de las grandes ciudades del país; sus noticieros, además de la distribución interna son enviados a 20 países extranjeros.

Entre la diversificación de las actividades de la ABC se encuentra la compra y venta de programas que realiza para América Latina, a través de la LATINO (Latin American Television International Network Organization). En su mensaje de Año Nuevo de 1974, el entonces Presidente Caldera anunció la venezolanización de la TV. con el objeto de obligar a las corporaciones extranjeras, con participación en los canales de TV. comercial a vender su participación a ciudadanos venezolanos.

Para ese momento ya en el canal 8 (hoy del Estado) las acciones foráneas habían sido adquiridas por los señores Vollmer. Sólo en las empresas Venevisión y Radio Caracas TV

existían paquetes de acciones controladas por compañías extranjeras, que no eran otras que la ABC (Venevisión) y NBC (Radio Caracas TV) ambas norteamericanas. Tal venezolanización, reducida sólo al capital, no afectaba por otra parte a los cuadros de ejecutivos, directores y administradores en su mayoría cubanos nacionalizados (ANEXO II).

Sin embargo la vinculación de la TV venezolana con estas empresas multinacionales, no era fundamentalmente en términos de capital, sino de penetración en cuanto a noticieros, programación, equipos técnicos etc.

La observación de la programación general de la TV venezolana y particularmente de nuestra TV de los llamados "enlatados". Se cuantificaron 353 horas semanales de programación, de las cuales 140 horas eran de programas nacionales y 213 de programas extranjeros. Concretamente en Venevisión, se totalizaron 113 horas de las cuales 32 eran de programas nacionales y 81 de programas extranjeros lo cual representa un alto porcentaje de toda la programación extranjera transmitida en el país. (Véase el cuadro IV: Evolución de la Programación en el estudio sobre "La Televisión y sus públicos" de este mismo número).

### Fuentes y formas de financiamiento

Nuestra Tv, al estar en manos privadas, no exige el pago de licencia para disfrutar de su recepción. Por tanto, las fuentes y formas de financiamiento del medio pueden establecerse, al igual que para la radio, el cine, etc, a través del sistema de relaciones anunciante-publicidad-medio.

Los anunciantes son el elemento que controla -

la relación, ya que ningún medio de comunicación en Venezuela es capaz de autofinanciarse. En 1957 se agrupan en una institución patronal, la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA) creada - por 4 venezolanos y 3 norteamericanos.

El elemento mediador de la relación lo constituye las agencias de publicidad. Su función consiste en servir - de intermediarios entre el anunciante y el medio, el primero de - los cuales contrata sus servicios para la planificación de sus in - versiones en las campañas publicitarias a realizarse a través de los medios de comunicación. Existen en Venezuela, concentradas - en Caracas, 148 agencias publicitarias y de relaciones públicas.

Las organizaciones patronales que las agrupan son: Federación Venezolana de Agencias Publicitarias (FEVAP) crea - da en 1958, la Asociación Internacional de Publicidad ligada a la International Advertising Association (IAA) y la Asociación de Re - laciones Públicas de Venezuela. La mayoría de las agencias publi - citarias son apéndices de grandes empresas publicitarias multina - cionales, por ejemplo: Corpa, Kittay Grey, Mc.Cann Erickson, J. - Walter Thompson, Young and Rubicam, etc.

Un estudio realizado en base a una muestra de 3.085 comerciales en todos los medios (excluida la prensa) corres - pondiente a los años 70, 71 y 72 permitió concluir que la TV es el medio que más ligado se encuentra a las agencias publicitarias y por ende a los anunciantes. El resultado del estudio fue el si - guiente: cine:237, radio: 1063, televisión: 1410, video: 375 co - merciales (2).

Las dos televisoras privadas pertenecían ori -

ginalmente a la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión fundada en 1950. Desde 1969, luego de una separación producida por la competencia con la radio, se agrupan en la Cámara Venezolana de Televisión, organismo patronal dedicado a "defender el sistema de la libre empresa y los intereses legítimos de las empresas dedicadas a la difusión.." (3)

Además de esta Cámara, existe SERCOTEL, empresa creada por los mismos teledifusores con el fin de controlar la competencia entre las dos televisoras privadas y como parte de la reorganización ante la compra de CVTV (canal 8) por el Estado. SERCOTEL en combinación con la empresa PUBLICHEC lleva el control de tiempo, de la programación y de los comerciales.

Un gran porcentaje de los ingresos de la TV privada provienen, como se dijo anteriormente de la inversión publicitaria. El gasto publicitario general, es estimado por Oswald Capriles (4) en Bs. 1.600 millones, de los cuales aproximadamente el 60% corresponde al sector privado y el 40% restante corresponde al sector público, al cual puede considerarse el primer anunciante.

Este gasto se convierte en ingreso para cada medio. Según la misma fuente, para 1973 la TV acapara el 35.1% el mismo con un incremento del 2,5% interanual.

El financiamiento del Estado se da directamente a través de la publicidad estatal y puede ilustrarse con cifras publicadas en la prensa por Venevisión. Según ellas, el renglón "cuñas institucionales" dentro de la programación de los dos canales comerciales, para el año 1976, se incrementó en un 240% con

respecto a 1972. (5). Hay que tomar también en cuenta la inversión en infraestructuras por parte del Estado para las dos plantas, calculada en Bs. 100 millones para 1974 y la política de créditos, cuya deuda calculada para la misma fecha cubrió Bs. 21 millones.

Puede hablarse también de un financiamiento estatal indirecto, ya que existe evasión de impuestos por parte de las dos televisoras, la declaración de gastos por publicidad propia, etc.

Estas empresas de TV laboran con un personal que en realidad no es muy numeroso y se puede clasificar en personal fijo, personal flotante, ejecutivos y empleados de confianza. Los trabajadores están agrupados en el Sindicato de Trabajadores de Radio, Teatro, Cine, Tv y afines del Distrito Federal y Estado Miranda, cuyo número total de afiliados es de 7.000. A pesar de la obligatoriedad de la filiación, ésta solo afecta el personal fijo y flotante ya que los ejecutivos, así como los empleados de confianza, están exceptos de todo control.

Las relaciones entre los trabajadores y las plantas, como en cualquier empresa capitalista, son definidas en términos contractuales. Los contratos colectivos celebrados entre los trabajadores y las empresas, amparan al personal técnico, administrativo y artístico con excepción de los artistas estelares, contratados individualmente a pesar de la filiación sindical.

En cuanto a la influencia que tienen los trabajadores sobre la programación, puede considerarse nula. Lo -

único logrado en este campo consiste en un programa mensual, sumamente restringido, que las televisoras colocan, en horario de su -  
conveniencia, a altas horas de la noche.

### Organización y funcionamiento de las empresas

Como toda empresa capitalista, las empresas de teledifusión, cuentan con una organización que les permite cumplir sus funciones de producción mercantil.

Aparte de la organización departamental interna de cada planta, cuyas funciones son principalmente de producción, planificación, relaciones públicas, ventas, compras entre otras; la tendencia más reciente en cuanto a la organización del medio televisivo, es la desconcentración (aparente) a través de la creación de otras empresas constituidas como entes jurídicamente independientes. Ellas asumen tareas derivadas de la misma industria de la TV. Por ejemplo; para la comercialización en América Latina, de las telenovelas producidas por ambas plantas existen dos filiales: RODWILL S.R.L. (Venevisión) y Promociones Orinoco (Radio Caracas TV). En cuanto a la producción de programas existe la empresa Producciones Cinematográficas Paramaconi que elabora los noticieros de Radio Caracas TV.

Esta desconcentración es aparente porque estas empresas están controladas directamente por las plantas. Pero la razón de su nacimiento estriba, entre otras razones, en la evasión de impuestos y de responsabilidades que los contratos colectivos les obligarían a cumplir con los trabajadores si aparecieran jurídicamente como parte de las plantas.

## Alcance y Penetración

La TV comercial en Venezuela cubre las zonas más densamente pobladas y con mayor concentración de población. Venevisión para 1970, abarcaba todo el área de la costa central, parte de la oriental y la occidental. Todas las áreas de población escasa y principalmente disgregada es despreciada como posible receptora de la señal televisiva. Actualmente, según información de esta misma planta, la cobertura ha sido extendida a la zona sur del país, es decir, Ciudad Bolívar y Puerto Ordaz, lo cual confirma la tendencia mencionada.

La penetración del medio o la recepción efectiva de dicha señal por la población cubierta, se puede medir - por el número total de televisores en Venezuela, que según la - OTI llegaba a 1.200.000 para marzo de 1975.

Esta característica de la cobertura y penetración de la TV venezolana se explica por la necesidad que tienen las plantas de llegar al mayor número de población y con mayor poder adquisitivo, ya que su carácter mercantil así lo exige; la TV debe aumentar el consumo para poder existir ella misma.

## Racionalidad e Irracionalidad

Habiendo caracterizado a la TV comercial en Venezuela como una empresa mercantil y habiéndola ubicado dentro de la estructura económica capitalista dependiente, como pilar fundamental entre la producción y el consumo; se puede afirmar -

que la empresa mercantil de la TV es "racional" al sistema capitalista, si se parte de que la finalidad del empresario es la ganancia o sea, maximizar la utilidad.

En cuanto a las funciones económicas que la TV como medio de comunicación de masas, cumple dentro del sistema de producción capitalista se pueden mencionar dos fundamentales: - excitar el consumo incesante basado en el lujo y la opulencia y - crear la ilusión de que esas necesidades pueden ser satisfechas - fácilmente por todos. Es decir, la TV a través del sistema de relaciones anunciante-publicidad-medio, contribuye a la creación incesante de nuevas necesidades que eleven el consumo.

La irracionalidad del medio reside en no poder combinar la eficiencia, ni el "equilibrio" capitalista, con el bienestar de los miembros de la sociedad ya que los M.C.M. existen - por y para la publicidad, como un medio para elevar el consumo. - La TV estimula el consumo y la producción de artículos no esenciales.

En una economía capitalista dependiente como - la nuestra, esta situación se agrava, por la intervención directa de los intereses de las grandes corporaciones multinacionales en - la red producción-distribución-consumo; ya que son esos intereses internacionales, los que deciden qué se produce, y sobre todo qué se consume.

Los medios de comunicación, entre ellos la - TV, se proponen socialmente tres funciones primordiales: entretenimiento, cultura e información, los cuales son imposibles de cumplir, cuando la programación, que debe contener los tres elemen--

tos, es solo un pretexto para introducir cortos comerciales como su primordial finalidad.

Cómo puede considerarse a los M.C.M. un servicio público que debe contribuir a la transmisión y por ende a la formación de una cultura popular esencialmente creativa y participativa cuando la Asociación Internacional de Radiodifusión - (AIR) declara en el artículo 19 de su reglamento "...la radiodifusión comercial debe ser privada y no constituye un servicio público". (6)

### El mensaje como una mercancía

Al ser la industria de la TV una empresa mercantil inserta como tal en el sistema capitalista dependiente, - se puede concluir que su producto, el mensaje, es una mercancía. "Mercancía cultural" para ser cambiada por la conducta consumista del receptor. Por lo tanto, la función económica de la TV es inseparable de su función ideológica. La TV al presentar mercancías culturales separa al hombre creador de su propia cultura.

- 
- (1) BRITO FIGUEROA Federico, Historia Económica y Social de Venezuela, tomo III, p. 886. UCV, Caracas, 1975
  - (2) Estudio realizado en el Sindicato de Trabajadores de Radio, Teatro, Cine, TV y afines, Departamento de Estudios de Medios.
  - (3) Cámara Venezolana de la TV, Acta Constitutiva, 1969.
  - (4) CAPRILES Oswaldo, El Estado y los Medios de Comunicación en Venezuela, p. 41, Ed. Suma, Caracas, 1976
  - (5) El Nacional, Caracas, 16.1.77 "Venezuela, puede sentirse orgullosa de su TV", pag. A-10, Publicidad.

(6) "Comunicaciones y Soberanía", Rev. Semana, 19/25 Abril/1976  
Caracas.

---

## ANEXO I

CRONOLOGIA DEL INICIO DE LA TV EN VENEZUELA

AÑO	CANAL DE TV Y PROPIETARIOS	ALGUNOS DATOS DE INTERES	SEDE GEOGRAFICA
1951	Sr. Zawposki	Primer transmisor que existe en el país. Transmite imágenes a dos o tres metros de distancia	Area Metropolitana
1952(22 Noviembre)	TVN-5 (Gobierno Nacional)	Sale al aire con un transmisor de 500 Wattios. Desaparece en los años 60.	Area Metropolitana
1953(19 de Junio)	Televisa (Canal 4)	Transmite el primer "Remoto" Primera en transmitir programas hípicos. Desaparece en 1960 (15 Junio)	Area Metropolitana
1953(18 Agosto)	R.C.T.V. (Canal 2) Grupo Phelps	Transmite primeros programas de concurso. Surgen los primeros showx (Renny Ottolina y el "Tío Saume)	Area Metropolitana
Finales de 1953	Televisa del Zulia	Sucursal de Televisa de Caracas (Ondas del Lago T.V.)	Región Zuliana
1961 (19 de Marzo)	Venevisión (Canal 4) Grupo Cisneros	Funciona en los mismos locales de la desaparecida Televisa.	Area Metropolitana

AÑO	CANAL DE TV Y PROPIETARIOS	ALGUNOS DATOS DE INTERES	SEDE GEOGRAFICA
1963 (comienzos)	Canal 13	Equipos muy deficientes, desaparece rápidamente. Vuelve al aire a los meses, pero se ve obligado a cerrar nuevamente. Periódicamente sale al aire para mantener la cesión.	Estado Carabobo
1964(19 de Agosto)	C.V.T.V. (Canal 8) Grupo Vollmer	Equipos modernos para trabajar en blanco y negro y a color. A finales de 1974, pasa a manos del Estado.	Area Metropolitana
A mediados de 1976	Canal 5 (2do. programa)	Emisiones Culturales. C.V.T.	Misma Area Metropolitana

ANEXO II

COMPOSICION NACIONAL DE LOS CUADROS EJECUTIVOS DE TV (1973)

<u>CARGO</u>	<u>NOMBRE</u>	<u>NACIONALIDAD</u>
<u>CANAL 2</u>		
Presidente	William H. Phelps	Venezolano
Vice-Presidente	Marcel Granier	Venezolano
Director General	Peter Bottome	Venezolano
Ger. de Producción	Hernán Pérez B.	Venezolano
Ger. de Administrac.	Guillermo Tucker	Venezolano
Jefe de Producción	Carlos Suárez	Cubano nacionalizado
<u>CANAL 4</u>		
Presidente	Diego Cisneros	Cubano nacionalizado
Vice-Presidente	Rodolfo Rodríguez	Cubano nacionalizado
Director General	Valeriano Humpiérrez	Venezolano
Asistente al Pres.	Adolfo Pons Domenech	Cubano
Gerente General	Enrique Cuscó	Cubano nacionalizado
Ger. de Administrac.	Sergio Gómez	Cubano nacionalizado
Ger. de Producción	Angel del Cerro	Cubano
Jefe de Promociones	Ubaldo Unquera	Cubano nacionalizado
<u>CANAL 8</u>		
Presidente	Paúl Otamendi	Venezolano
Ger. General	Emilio Giralt	Cubano nacionalizado
Ger. de Producción	Juan Mola	Cubano nacionalizado
Ger. de Administrac.	Juan Pita	Cubano nacionalizado
Ger. de Ventas	Francisco Urbina	Venezolano
<u>En total:</u> 9 cubanos nacionalizados, 8 venezolanos; 2 cubanos		

La mayor parte de los ejecutivos de origen cubano adquirieron su experiencia en la CMQ de La Habana antes de su expropiación por el Gobierno Revolucionario. (Diario: "Punto", - 12.1.1974, p. 6)

---

---

## LA TELEVISION Y SUS PUBLICOS

---

Es usual en nuestro medio realizar balances - ante aniversarios, aún cuando estos hayan transcurrido hace unos - meses. Sin embargo, surge la pregunta: Es necesario hacer uno so- bre la televisión? Hay algo que no se haya dicho sobre su progra- mación, su uso, sus efectos? Creemos que todo está expresado.

Vamos a sintetizar algunos planteamientos ex-- puestos por diversos autores venezolanos (Ver Guía Bibliográfica) y presentar cifras estadísticas sobre este singular medio.

Les Brown en su libro "Televisión: The - Business Behind The Box" indica que el director de la página de te- levisión de la famosa revista Variety "miró detrás de la fachada - de la televisión y abordó un problema de fondo", poco afrontado - por nuestras investigaciones, al indicar: "Uno de los mitos de la televisión norteamericana es el de que funciona como una democra-- cia cultural, una democracia que responde totalmente a la voluntad de la mayoría de los espectadores cuando determinan cuáles son los programas que deben sobrevivir o desaparecer. Se trata más exacta- mente, sobre todo en el área de los entretenimientos, de una oli-- garquía cultural, gobernada por el consenso de la comunidad publi- citaria. En realidad, los principales anunciantes de la televi--- sión -los fabricantes de alimentos, medicamentos, bebida, artícu-

los para el hogar, automóviles, cosméticos y cigarrillos, entre -  
otros, han deseado desde el principio una gran circulación entre -  
la clase media, de modo que la densidad de espectadores se ha con-  
vertido en el criterio más importante para la evaluación de los -  
programas. Este énfasis en la popularidad de los espectáculos ha  
determinado que la televisión parezca ser democrática por los prin-  
cipios que aplica para la selección de programas. En realidad, se  
suprimen programas muy populares, aunque ello aflija a los especta-  
dores, cuando llegan a un público que no es el que interesa a los  
anunciantes" (1)

En consecuencia, vemos que nuestro trabajo va  
encaminado a estudiar el último polo del esquema comunicacional: -  
el Receptor de la televisión venezolana.

### SOBRE COBERTURA, AUDIENCIA Y PENETRACION DEL MEDIO.

Desde muchos puntos de vista, la televisión -  
es el principal medio de comunicación masiva de los venezolanos. -  
Según estimaciones, en 1975 existían en el país alrededor de -  
1.284.000 hogares con receptores de televisión, es decir, unos 88  
receptores por cada mil habitantes. Actualmente hay cuatro cana--  
les, de los cuales dos son del Estado. Los cuatro canales mantie-  
nen una cobertura similar, ya que la distancia entre el de mayor y  
el de menor cobertura es de 6%. La penetración de este medio para  
1975 fue de 62% para todo el país y de 84% para las principales -  
ciudades. En 1977 esta cobertura se había incrementado. En ese -  
mismo año existían en el país un total de 1.430.600 hogares con re-

ceptor de televisión, y su penetración ascendía a un 66% a escala nacional, con el 93% en Caracas y Area Metropolitana. (La Evolución de la Penetración se indica en el Cuadro I).

Mientras los hogares crecen a un 11% inter-anual, los hogares con televisión lo hacen a un 35%. Esto quiere decir que el crecimiento de estos últimos es casi tres veces superior al crecimiento vegetativo de hogares. En cuanto a la penetración, es del orden del 3% inter-anual. El Cuadro II muestra los hogares con televisión a nivel de las principales regiones del país.

Las mediciones periódicas de audiencia revelan que los habitantes del Area Metropolitana y las zonas marginales a ella suelen permanecer un poco más de tres horas diarias ante la pantalla chica. Esta tasa se eleva a un poco más de tres horas diarias (Aproximadamente 4.5 horas) en el caso de las mujeres.

Dichas cifras se hacen más expresivas cuando las mismas mediciones nos muestran que el medio televisión presenta una muestra de 3.5 personas por aparato, entre las cuales el 1.5 son mujeres, el 1.2 niños y el 0.5 hombres. El encendido oscila entre el 2.5 y el 16.7 en la mañana, que vendría a ser el más bajo ya que en la tarde aumenta al 23.1 y 41.9 y su mayor pico sería en la noche, que va de 58.6 a 71.0 %.

Antes de analizar cómo se distribuye la audiencia entre las diferentes clases sociales, veamos los perfiles de -

audiencia, es decir, qué promedio de individuos están haciendo uso del medio a lo largo de un día también promedio, según el sexo y la edad.

PERFILES DE AUDIENCIA

( 1977 )

	<u>Hombres</u>	<u>Mujeres</u>	<u>Adultos</u>	<u>Niños</u>	<u>TOTAL</u>
Promedio por aparato	0.52	1.25	1.77	1.38	3.15
Audiencia (000)	- 175.5	418.6	495.1	463.0	1.057.1
%	32%	43%	39%	55%	45%

FUENTE: DATOS C.A.

Ahora bien, cómo es la distribución de esta audiencia en la estratificación de clases sociales que se da en el país. Según estimaciones del Banco Central de Venezuela (BCV), que estratifica las clases de acuerdo a los ingresos mensuales que ellas perciben, tenemos:

<u>CLASE SOCIAL</u>	<u>INGRESOS</u>	<u>% DE LA POBLACION</u>
A	Más de Bs. 10.000 al mes.	0.6%
B	Entre 5.000 y 10.000	2.0%
C	Entre 5.000 y 1.500	19.0%
D	Entre 1.500 y 500	46.6%
E	Menos de 500	31.8%

FUENTE: B.C.V. (1976)

Vemos que las clases sociales AB representan un 2,6% de la población, un 19,0% la clase C, y las clases D y E un 47% y 32% respectivamente. La Televisión cubre en las ciudades principales el 91.0% de las clases socioeconómicas A-B-C, pero también tiene una penetración efectiva en la clase D y cubre en menor escala a la clase E, pero si sumamos las clases D y E tendremos un total del 57.0%. Aunque nos parezca que este medio presenta cierta debilidad para alcanzar los sectores D y E, hay que establecer la interrelación necesaria entre perfil de clase social (el % que representa cada estrato de clase social) y el grado de penetración que posee el medio, ya que ésta es mayor en las clases D-E.

### SOBRE CONTENIDOS.

Casi todos concuerdan en que la televisión es el medio más poderoso. Ciertamente, no se puede exagerar la influencia que tiene como difusor de los valores del sistema. El ca

so venezolano, en su mayoría tiene "un marco de referencia" confiable, organizado consciente e inconscientemente por fuentes de comunicación en donde la televisión juega un papel predominante. Así reforzado, el venezolano medio y de clase más baja aceptará el mundo que se le presenta y que apuntala a la sociedad de consumo y tenderá a rechazar el material que le enfoca a la realidad con espíritu crítico. Sin duda, el "marco de referencia" sería menos eficaz si la televisión fuera realmente pluralista, como dice ser, y si sus mensajes fueran verdaderamente heterogéneos. Como la programación de los canales de televisión sólo difiere superficialmente entre sí, la conciencia de la mayoría queda prolijamente empaquetada desde la infancia.

A continuación presentamos los resultados parciales que sobre el sector televisión realizó el Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela (ININCO) en 1974, y los resultados que para finales de 1977 pudimos obtener:

#### EVOLUCION DE LA PROGRAMACION

##### Radio Caracas TV (Canal DOS)

	<u>1974 %</u>	<u>1977%</u>	<u>Variación</u>
Telecine	41.00	44.68	+ 3.68
Publicidad	38.42	29.70	- 8.72
Grabaciones en vivo	18.15	21.41	+ 3.26
Noticias	2.30	4.30	+ 2.00

VENEVISION (Canal CUATRO)

	<u>1974 %</u>	<u>1977 %</u>	<u>Variación</u>
Telecine	35.20	53.37	+ 18.17
Publicidad	35.75	23.00	- 12.75
Grabaciones en vivo	27.16	20.98	- 6.18
Noticias	2.70	4.07	+ 1.37

VENEZOLANA DE TELEVISION (Canal OCHO)

( 1977 )

Telecine	65.15%
Publicidad	7.46%
Grabaciones en vivo	17.63%
Noticias	9.87%

NOTA: Los datos para 1974 están tomados de ININCO, y los de 1977 son nuestros.

RELACION ENTRE EL CONTENIDO Y EL RECEPTOR.

No existe un estudio completo sobre las múltiples variables que se deben dar entre el contenido televisivo y el receptor del medio. Sólo se dispone de aproximaciones teóricas deducidas de distintos juicios de valor dadas por estudiosos. En base a esas declaraciones y a pequeños estudios sectoriales sobre la incidencia de la TV en el público, podemos entresacar las siguientes ideas conclusivas...

1.- La Televisión venezolana, tal como hemos

visto, cubre las zonas más densamente pobladas y con mayor concentración de la misma. Los canales comerciales y los del Estado cubren casi totalmente toda el área de la costa central, oriental y la occidental. De esta forma la imagen televisada llega a aquellas zonas donde hay mayor concentración de la población. Todas las áreas de población escasa y principalmente disgregada es despreciada como posible receptora de la señal. En los estados centrales, mayoritariamente urbanos, (DF, Miranda, Carabobo y Aragua), la penetración llega al 95% de la población. Esto lo explicamos por la necesidad que tienen los propietarios de las plantas de televisión de llegar al mayor número de población y con mayor poder adquisitivo, ya que su carácter mercantil así lo exige.

En conclusión, la posible cobertura de otras áreas nacionales así como la atención preferencial a las necesidades de los públicos infantiles y de los sectores populares, en particular mujeres, que componen el grueso de la teleaudiencia, quedan supeditadas a los requerimientos de captación de compradores potenciales.

La TV Comercial que capitaliza la mayor parte de la audiencia se encuentra sin otra alternativa para subsistir que la de reforzar y aumentar la carrera consumista sometiendo la programación a las tendencias exigidas por el perfil de los consumidores ideales, definidos por los anunciantes.

2.- La Televisión venezolana modela y con--

forma en la actualidad el comportamiento, la opinión y la formación de la mayoría de nuestra población, que, de agraria, ha pasado a ser urbana. En 1936 el 65,3% de ella vivía en el campo y el 34,7% en ciudades; hoy tenemos un 32,5% de población campesina y - 67,5% urbana. Además, como se sabe, Venezuela padece del fenómeno llamado "infantilismo demográfico", es decir, que la población de menores de edad es aplastantemente mayoritaria. Y considerando el grado de penetración que la TV posee en las principales ciudades - (Ver Cuadro II) y los perfiles de audiencia y la doble circunstancia de que la mayoría de nuestra población es urbana y menor de edad, plantea, de manera angustiosa, la importancia de la TV como - factor determinante de influencia en la sociedad venezolana.

3.- Observando el contenido de los dos canales comerciales de televisión, nos encontramos con que la publicidad es la base fundamental -aunque esta haya disminuido para 1977- del mensaje televisivo y la razón de ser de la televisión privada. (Ver Evolución de la Programación en ambos canales). Los programas son el pretexto para la emisión de esos mensajes.

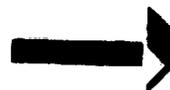
Otro hecho interesante es que en el último "rating" de los 20 programas más vistos, 12 son enlatados y sólo - 8 son de talento vivo. Esto nos lleva a la conclusión de que en esta última medición -1977- los "enlatados" (Telecine) arremetieron contra la producción nacional. Para 1976, en cuanto al origen de los programas tenemos los siguientes datos:

Programación Nacional	27,80%		
Programas Extranjeros	72,20%	(EE.UU	56,50%
		A.L.	15,70%)

NOTAS.-

- (1) Citado en el libro de H. I. Shiller: "Los Manipuladores de Cerebros"
  
- (2) Revista "Orbita", Nº 2, Cuarto Trimestre.

Marcelino Bisbal



## CUADRO I

## EVOLUCION DE LA PENETRACION DE LA TELEVISION EN VENEZUELA

AÑO	HOGARES	VARIACION	HOGARES CON TV.	VARIACION	PENETRACION
1971	1.808.900	--	887.100	--	49%
1972	1.876.300	+ 4	963.700	+ 9	51%
1973	1.968.100	+ 5	994.500	+ 14	55%
1974	2.034.000	+ 3	1.200.100	+ 10	59%
1975	2.082.900	+ 1	1.284.000	+ 7	62%
1977(*)	2.435.375	--	1.430.600	--	66%

FUENTE: Estudio del ININCO.

(\*) Estimaciones nuestras.

CUADRO II  
HOGARES CON TELEVISION A NIVEL DE LAS PRINCIPALES  
REGIONES DEL PAIS

AREAS (*)	1975		1977	
	HOGARES CON TV.	HOGARES CON TV.	PENETRACION	
Area I (Area Metropolitana)	549.100	600.200	93	%
Area II (Petrolera)	182.300	200.300	63.3%	
Area III (Oriente)	167.100	185.900	53.5%	
Area IV (Región Central)	113.900	205.400	76.0%	
Area V (Los Andes)	271.600	338.800	50.3%	

FUENTE: DATOS, C.A.

(\*) Area I. Es la Capital del país. Asiento de los Poderes Públicos. En esta zona está ubicada el 32.9% del total de la población del país.

Area II. Esta zona al Noroeste del país, es baja en referencia al nivel del mar, con mucho calor y humedad. Es una zona muy rica en petróleo, ganadería y bastante poblada pese a las inclemencias del clima. En ella está ubicada el 16.9% de la población total del país.

Area III. Cubre toda el área Oriental hasta el SUR del país. Parte de esta zona está considerada como la de mayor futuro para Venezuela, al tener su asiento la industria del hierro. Aquí está ubicado el 17.8% de la población del país y está en franco crecimiento explosivo. (10% inter-anual)

Area IV. Es una de las zonas más densamente pobladas del país. Es una zona -

32 industrial y agrícola por excelencia. En ella están ubicados el 18.7% de la población total del país.

Area V. Es una cadena montañosa que está ubicada hacia el sur del Lago de Maracaibo que se inicia desde la frontera con Colombia hasta unos 200 Kms. al este de Barquisimeto. En esta zona existen montañas hasta de 5.000 mts. de altura, con tierras fértiles para la producción de café, cacao y agricultura en general con una población muy grande que representa el 13.7% de la población total del país.

---

## LA PROGRAMACION TELEVISIVA VENEZOLANA

### Notas para un estudio crítico

---

Sería imposible, dado el alcance de este trabajo, un estudio diario y valorativo de la programación ofrecida por las cuatro plantas de televisión que funciona en el país. Sin embargo, es siempre bueno reflexionar, desde el punto de vista del espectador, sobre lo que nos ofrece la pequeña pantalla como alimento diario, el estilo, sus tendencias generales, y también sus consecuencias. La Televisión Venezolana ha cumplido 25 años de actividad ininterrumpida. Margarita D'Amico, una especialista en el Medio de la Radio y Televisión, publica en este mismo número un breve bosquejo de lo que significaron estos 25 años para nuestra programación televisiva.

Las siguientes notas para un estudio crítico se ciñen al momento actual. No se trata, al hablar del tema "programación", de repetir los conceptos emitidos por diversos estudios acerca de la repercusión sicosociológica de la televisión en los niños, adolescentes y público en general. Tendremos en cuenta dichos estudios, pero nos limitaremos a dar una visión interna de lo que ha sido la programación televisiva en Venezuela durante la temporada 76-77.

#### LOS CANALES DE TELEVISION Y EL RATING.

La orientación que se da a la programación te

levisiva en Venezuela viene determinada en mayor o menor proporción por el Rating correspondiente a las diversas plantas y programas, dentro del survey de audiencia que se ejecuta cada tres meses aproximadamente. Lo que verdaderamente llama la atención es el ansia y la inmensa ilusión de nuestras dos plantas comerciales de televisión por poder gritar en los oídos del telespectador que son los "primeros" en sintonía, como queriendo convencernos de que los buenos son ellos -por eso son los primeros- ya que hacen la mejor televisión del año.

Al mismo tiempo resulta paradójico la capacidad de las dos emisoras para denunciarse mutuamente ante el espectador, copiarse métodos, estilos de promoción y programación, competencia sin cuartel, absurda, llevada hasta índices difíciles de concebir.

Los dos canales del Estado, uno -canal 8- con tipo de programación de estilo comercial, y el otro netamente cultural -canal 5-, no quieren quedarse atrás. Los personeros oficiales de la empresa estatal han proclamado más de una vez que no les interesa en absoluto el competir en la escalada del rating, todo ello en base a una alta calidad de producción y servicio a los intereses de la nación. En realidad, la historia de los Canales del Estado en materia de producción y programación es bien distinta. La fuga de talentos -directores, actores, productores, etc- la falta de personal realmente competente en su directiva, la sumisión a intereses distintos y encontrados, ha hecho que los dos canales nombrados sean los de menor audiencia en el país. En

lo relativo al rating, no se trata de falta de deseos en los canales oficiales, sino de falta de capacidad para llevarlos a cabo.

La feliz idea de asimilar la publicidad al nuevo medio de masas, la televisión, surge y se afianza en la década de los años cincuenta. Y con la publicidad llegó también el rating a la televisión. Lo podríamos definir como "La investigación que determina el porcentaje del total de hogares con receptor de televisión, dentro del área de cobertura investigada, mostrando el número de telespectadores para un programa televisivo determinado". De esta manera, por ejemplo, un rating de 10 para un programa dado, o su abreviación correspondiente, significa que solamente el 10% de los hogares con aparato de televisión sintonizaron dicho programa. Investigaciones mucho más extensas y profundas llegan a determinar la composición de audiencia, sexo, edad, frecuencia, etc, distribuidos a lo largo del día por horarios y tipos de programación.

Lo más importante del Rating, sin embargo no es lo sofisticado de su realización técnica, sino los efectos que deriva en la programación correspondiente de las diversas estaciones de Radio y Televisión. Al depender de los "gustos" de la audiencia, ya sea por razones económicas o de prestigio social o político, las televisoras del país se han lanzado a una carrera desenfrenada de atracción popular, haciendo lo imposible por conseguir el favor de las masas. De esta manera, la programación respectiva de cada emisora es constantemente modificada

de acuerdo a estos parámetros, tanto en horario como en formato y contenido. Esto último, que no deja de dar una cierta agilidad a la programación diaria, se puede convertir fácilmente en un arma de doble filo si se abusa de ella. Siguiendo esta misma política tenemos que lo sensacionalista, chabacano y vulgar, se convierten en recurso ordinario para llamar más la atención y conseguir mayor audiencia. Esta situación de la televisión venezolana ha sido denominada por algunas revistas especializadas como "pan y circo" para nuestro pueblo, a fin de mantener a la gente tranquila y bien entretenida. Así no se tiene tiempo para atender a otros problemas más acuciantes e ingratos del país. El negocio es completo en todos los sentidos. Los únicos que pierden a la larga son los mismos telespectadores.

### LAS TELENOVELAS

Corre la versión dentro del Medio de que sólo los conceptos dramatizados pueden ser captados adecuadamente por el público medio venezolano. Dicha aseveración, al parecer completamente cierta, no deja de ser en realidad nada más que una verdad a medias. Nos referimos al uso y al abuso que se ha hecho de ella. Dentro de la televisión local se considera "programa dramático" casi exclusivamente a la telenovela. La Telenovela o "soap opera", ópera de jabón, en versión inglesa se podría definir como "melodrama novelado, superficial y sutilmente pornográfico, adaptado mejor o peor para televisión, cuya historia se narra a través de una lenta serie, aparentemente interminable, de incoherentes episodios". Sin embargo, las telenovelas son los progra

mas más populares de nuestra televisión. Encantan al público, - quien llora, grita y se preocupa con los mil y uno enredos en que caen sus personajes. Dado su enorme éxito de audiencia -las telenovelas venden- ocupan el mejor horario en la programación. Así - tenemos, por ejemplo, "Indocumentada" y "Rafaela" (canal 4) en el horario estelar de 8,00 a 10,00 de la noche. El canal 2 programa en el mismo espacio "Residencia de Señoritas" y "TV Confidencial". La planta estatal (VTV-8) mantuvo en el aire durante algún tiempo "Patrulla 88" y "La mujer de las 7 lunas", desaparecidas ambas ante la pobre calidad de su realización y las protestas consiguientes de público y prensa especializada.

Es indiscutible que, desde el punto de vista - formal, las telenovelas han sufrido un adelanto notable en técnica y adaptación al medio. No ha sucedido lo mismo con su contenido, manteniéndose los mismos triángulos amorosos, hijos naturales, viudas abandonadas, etc, que nos ha deparado la televisión durante - los últimos 25 años. La última variante que nos han dado los escritores de telenovelas ha sido el intento de crear un ambiente - pseudo-social, colocando a los protagonistas como originarios de un barrio ciudadano, es decir, pobres que intentan salir de abajo a - como dé lugar. El desenfoque de valores que nos transmiten es obvio y no necesita de mayor comentario. Y sin embargo, repito, es lo que más gusta a la gente sencilla, con un deje profundo de romanticismo. No importa que el producto sea malo, deforme, deseducador. Es lo que vende, y lo que los ejecutivos de las televisoras nos dan.

Se podrían aplicar, también, los mismos concep

tos a la denominada programación "cultural", iniciada en marzo de 1976 por la televisión venezolana. El problema, como se recordará, fue iniciado por un documento del Ministerio de Comunicaciones, ordenando la introducción de "cultura" en los espacios de 7,00 a 9,00 de la noche. Al nerviosismo de los primeros momentos por parte de los ejecutivos de las plantas sucedió una lluvia de teleseries, películas y telenovelas, adaptaciones melodramáticas de obras de la literatura universal. El género no cambió en nada. El estilo telenovero... tampoco. Las emisoras consiguieron mejores espacios, y más numerosos, para sus telenovelas. Nos invadieron las teleseries de aventuras. La "cultura" tal como la entendemos normalmente, quedó arrinconada, como mudo testigo, impotente de los acontecimientos.

### TELESERIES

Otro capítulo importante, dentro de la programación venezolana, lo constituyeron las teleseries importadas, generalmente policíacas o de aventuras. En este renglón dependemos casi exclusivamente de la programación televisiva que nos envían del norte. Este fenómeno se deriva, en primer lugar, de la calidad técnica de las series americanas, que supera en mucho a todo lo que podamos hacer nosotros, dentro del mismo estilo y temática. Por otro lado, se aduce con mucha frecuencia al factor económico. La inversión promedio para una hora de programación, generalmente de baja calidad, no alcanza los quince mil (15.000,00) bolívares en Venezuela, constituyendo aproximadamente un 10% de lo que se invierte en otros países para llenar el mismo espacio. Como solu

ción al círculo cerrado (bajo financiamiento-mala calidad, y viceversa) se sitúa la compra de teleseries en el exterior. Así - tenemos "Trilogía Policiaca", "Hawai-cinco O", "El Hombre Nu---- clear", "Espacio 1999", "La Mujer Biónica", "Kojak", "Archivo - Confidencial", "SWAT", "Pepper", "Colonizadores del Futuro", - "Starsky & Hutch", "Baretta", "Dos tipos audaces", "Manix", y la última adquisición del canal 2, "La Mujer Maravilla", por citar algunas.

Con el triunfo de la cadena ABC en el survey - 76-77, de donde provienen "Hombre rico, hombre pobre", "Los ángeles de Charlie", etc. se rompieron los moldes antiguos de programación. Los ejecutivos de este campo trabajan en una doble - vertiente: la creación y selección de nuevos programas, series, humor, especiales; y la duración, lugar ubicación general de dichos programas en el horario diario o semanal de sus televisoras respectivas. Hasta hace un par de años, se componía la programación en base a toda una temporada, por semestres, constituyendo los espacios televisivos, concursos, películas, teleseries, etc. algo fijo en la programación. Estos dos últimos años nos han de - mostrado que se puede programar "en vivo", semana a semana, día a día, conforme a los gustos variables de la audiencia, teniendo cuidado de no abusar en cambios de programación demasiado rápidos y sin sentido.

Juzgando a través de las series puestas al - aire últimamente en Venezuela podemos deducir que la temporada - 76-77 fue bastante insípida en lo que respecta a televisión, falta de ingenio, de humor, y del necesario "saber hacer", que ha--

bíamos visto anteriormente en algunas ocasiones. Si nos fijamos bien, los argumentos, complots, etc, no tienen relevancia alguna, pecando de simplistas, estereotipados y manidos en el fondo. En realidad, las nuevas series siguen patrones antiguos ensayados - anteriormente con éxito. Así, por ejemplo, la serie "Los ángeles de Charlie", de la cadena ABC, sigue el mismo esquema básico de - "The Mod Squad", otro éxito de ABC programado anteriormente, in-- cluso en Venezuela. Quizá algunos episodios de Colombo, Kojak, o el mismo Hawaii-Cinco O, tratados con mayor inteligencia y sensi-- bilidad, escapan en cierto sentido a la irrelevancia general de - que padecen las series del género.

Es cierto que muchas de las series de que venía mos hablando tienen mucho éxito entre el público, no por lo que - representa la serie en sí, sino por los caracteres o actores en-- vueltos en las mismas. El caso de Kojak puede ser típico. Se - trata del clásico teniente de policía, sórdido, ventajista pero - eficiente, que hallamos en otros espacios policíacos. Pero esta vez sabemos que es Telly Savalas, sádico, calvo y sexy, con un a-- tractivo personal, principalmente entre el público femenino, que le ha colocado en los primeros lugares de la fama televisiva.

Un caso parecido sucede en Venezuela con la se-- rie "Starsky & Hutch", de notable rating en nuestro país. No cre o que a los telespectadores les llame especialmente la atención - el desarrollo de la serie, o el tipo y cantidad de violencia inne-- cesaria, a veces fuera de toda ética, que ambos detectives gene-- ran en el desarrollo de sus aventuras policíacas. El actor David Soul está de moda entre el público, representando al héroe podero

so y noble de toda pavita adolescente, o de quien crea que todavía le quedan posibilidades.

Si bien podríamos citar varios casos con iguales características, me voy a detener un momento en dos series de reciente programación en la televisión local. Se trata de "Los Angeles de Charlie" y "La Mujer Maravilla". Nos encontramos en la primera con tres mujeres jóvenes, que juegan el papel de tres detectives a las órdenes de un personaje invisible, Charlie, a quien nunca vemos ni conocemos. Las tres modelan y sonríen por igual, son amables, femeninas e independientes. Fuera de esto, que tampoco es mucho, no tenemos apenas nada. Los episodios resultan insípidos, sin pena ni gloria. Cualquier espectador consciente puede averiguar la trama antes de que termine la primera media hora, existiendo muchos momentos en que no sucede prácticamente nada, excepto por unas pocas líneas de diálogo más o menos coherente. Al final todo termina bien. Charlie felicita a los ángeles, y todos nos podemos ir a dormir tranquilos.

Sin embargo, nos encontramos con la paradoja de que una de las tres, Farrah Fawcett-Mayors, con su estilo irreal, etéreo, de muñeca de tamaño natural, es el ídolo de cientos de miles de espectadores en todo el mundo. Solamente en los EE.UU se vendieron el año pasado más de diez millones de afiches con su fotografía. Quizás se trate de un fenómeno psicológico-social, en el que se mezclan un conjunto de valores antiguos y nuevos, en el que farrah aparece como símbolo sexual y como antisímbolo, al mismo tiempo, a través del fino humor, casi irónico, con que

toma el papel que representa en la pantalla. Son fenómenos - quizás no pretendidos, pero que representan el éxito o el fracaso de una serie.

Con "La Mujer Maravilla" volvemos al mito transformado de Superman, abandonado hace ya tanto tiempo en nuestra infancia. Para que no apareciera demasiado claro, esta vez el protagonista es una mujer -Lynda Carter- habitante de una isla paraíso, sin localización precisa, que ayuda a salvar a la humanidad, entiéndase a nuestros vecinos del norte. El tipo de ideología que envuelve las distintas aventuras y episodios, por otro lado pasada ya de moda, es de una ingenuidad rayana en lo increíble. El mismo carácter del personaje, su identidad secreta, una mujer que nunca puede llegar a serlo plenamente, hacen de esta serie algo trasnochado y aburrido, uno de los peores servicios que Hollywood nos ha ofrecido.

En definitiva, la televisión ha sido siempre un arte con su propio riesgo. Para juzgar estas series hay que tener en cuenta que la televisión americana no es mala. Simplemente, es un producto producido en masa, uniforme, con partes intercambiables. Esto último no quiere decir que no haya ninguna clase de esperanza. La tendencia de los grandes Networks, cuyos resultados han comenzado a llegar ya a Venezuela, es la de salirse un poco de las aventuras detectivescas y policiales para dar paso a otra clase de temas, adaptación de novelas, por ejemplo, en lo que se ha dado en llamar "mini-series". Consiste en pequeños seriales, con una duración de diez a doce horas, en las que comienza, se desarrolla y termina, una historia concreta. La ventaja -

de esta clase de programación, además de ser mucho más variada - es que permite dosificar más su intensidad y dramatismo. En Venezuela hemos visto ya "Hombre rico, hombre pobre", y la novela de León Uris, "QB VII". Esperemos a ver qué más nos trae el futuro.

### PROGRAMAS COMICOS

Es éste otro de los capítulos más populares de la televisión venezolana. Los tenemos de diversos estilos y calidades; criollos e importados, desde "Genovevo" hasta "Perucho y Veneranda", pasando por "Apartamento 18", "Los recién casados", "Radio Rochela", "Cuéntame ese chiste", "Joselito", etc. México es uno de los países que más contribuye a nuestra programación - en este apartado. Actualmente están en el aire "Capulina", "Los Polivoces" y "El Chapulín Colorado", con la inclusión de un programa cómico-musical-variedades titulado "El Show de Eduardo II". El programa "El Chavo", uno de los éxitos del canal 2 en la pasada temporada, no ha vuelto a nuestras pantallas.

Hablando en términos generales se puede decir - que todos los programas cómicos realizados en el país utilizan - un humor grueso, vulgar, con marcada tendencia a hacer chistes - de la desgracia y el ridículo de los demás. Este síndrome llega a sus límites en "Genovevo", un programa subnormal para subnormales, que no debería de tener cabida en el espectro de la televisión nacional. El único que ha intentado salvar este enorme vacío de auténtico talento ha sido Martínez del Box con su "Radio Rochela", programa cuyas aspiraciones reales nunca se han concre

tado a satisfacción, pero que constituye un poquito de aire fresco en medio de tanta mediocridad.

La ubicación de los programas cómicos, dentro del horario televisivo semanal, depende de su intención, para niños o adultos, colocándose los primeros exclusivamente de 6,00 a 7,00 p.m. y los segundos a partir de las 7,00 de la noche. Sin embargo, creo que los únicos programas que prometen algo más, "Radio Rochela" y "Perucho y Veneranda", están en franca desventaja, dentro de su horario, con las teleseries y películas que programa la competencia a la misma hora.

El problema que confrontan los programas cómicos venezolanos, así como otros programas escritos y realizados en el país, es el de los guionistas. Se necesita algo más de imaginación, sabiduría e ingenio, para escribir un programa de una hora todas las semanas, sin caer en imitaciones, estereotipos y vulgaridades. También es cierto que los buenos escritores son tan escasos que es difícil encontrar alguno que merezca ese nombre, y cuando se encuentra uno se le exige que escriba para televisión - radio, comerciales, etc, cosa del todo imposible, si se quiere hacer bien. Sería imperante el ofrecer la oportunidad a nuestros escritores de participar más como equipo. Es posible que esto último incida de manera onerosa en los presupuestos de las televisoras, pero es necesario si queremos una televisión mejor.

### LARGOMETRAJES

Las películas y largometrajes son el necesario complemento a las series para televisión, programas cómicos y te-

lenovelas. Norteamérica, México, Italia y Argentina, son los principales proveedores de este material para la televisión venezolana. Los temas que más se repiten son el de Comedia, Melodramas de los años cincuenta, Epoca Clásica y, por supuesto, aventuras. Es fácil de suponer que como los Stocks de películas son relativamente pequeños y las horas de programación muchas, la lógica resultante sea el que dichas películas se repitan hasta la saciedad, sobre todo en los meses en que no se lleva a cabo el survey de sintonía. El único canal que está haciendo un verdadero esfuerzo a este respecto es Venevisión, tratando de programar más y mejor en espacio de las noches "Cine de las estrellas". Así podemos ver, sólo de vez en cuando, algunos títulos y directores clásicos en la cinematografía mundial, Welles, Hawk, Claire, Hitchcock, etc. Sin embargo, falta mucho por hacer hasta que las diversas plantas de televisión consigan obtener una programación balanceada en este importante capítulo de la actividad televisiva nacional.

### MUSICALES Y VARIEDADES

Poco se puede decir sobre los Programas Musicales y de Variedades. En este campo tenemos "Muy Bellas Noches", con Simón Díaz -canal 8-, "De Fiesta con Venevisión", "Sábado Sensacional", Gilberto Correa y Amador Bendayán -canal 4-, y "Feria de la Alegría" con Henry Altuve, del canal 2. Los dos musicales citados en primer lugar, mantienen el esquema clásico de presentación de artistas, breve comentario, números musicales anunciados, que viene siendo norma en la televisión desde hace

años. La piedra de toque está en el número y calidad de artistas, sobre todo extranjeros, que contrata la planta respectiva. Aun - sin llegar a ser un programa excepcional en ningún sentido, "De - Fiesta con Venevisión" se lleva la palma en este capítulo, debido principalmente a los artistas extranjeros y a la presentación un tanto ágil que le quiere imprimir Gilberto Correa. "Muy Bellas Noches", un programa mucho más modesto, pone énfasis en la difu-- sión de temas folklóricos y musicales, propios de Venezuela y La-- tinoamérica. Así podemos apreciar canciones de profundo sentir - popular, salsa, como también música y ballet de corte moderno. - Es una verdadera lástima que no se cuide más, tanto la producción como la presentación y dirección de esta clase de programas, de - corte netamente venezolano.

Los programas de Variedades, en los que pueden - entrar concursos, música, deportes, shows, danza, etc, tienden a ser el reducto populachero, más que popular, de la televisión de los sábados por la tarde. La norma general para ambos programas es la captación de audiencia a como dé lugar, norma llevada a ex-- tremos sin límite, fuera del económico. Así vemos la competencia que se hacen mutuamente en sensacionalismo, quién trae los mejo-- res y más raros shows, la vedette del momento, el cantante de mo-- da, etc. Lo más bajo, quizás, de los dos programas lo constitu-- yen los famosos concursos populares del canal 2, "Feria de la Ale-- gría" en los que se hace el ridículo de la gente sencilla, pobre, que acude regularmente al programa. En ese sentido no sólo son - indignos, sino altamente deseducadores de la conciencia popular - venezolana.

Sin embargo, si no queremos pecar de injustos, tenemos que añadir que no se puede emparejar a los dos programas al mismo nivel. "Sábado Sensacional", aún dentro de lo popular, está llevado con un poco más de altura y flexibilidad, - con una mejor selección de sus números, debido quizás a la mayor experiencia y personalidad de su productor y presentador Amador Bendayán.

### INFORMACION Y OPINION

Quisiera referirme, antes de terminar, al capítulo de los espacios informativos y de opinión. Hasta ahora las tres plantas principales de televisión tienen espacios informativos propios -el canal 5 repite el espacio del 8-, constando éstos de un noticiero principal, a las 10,00 p.m., y diversos boletines de prensa, cada media hora aproximadamente, distribuidos a lo largo de su programación ordinaria. El formato que utilizan todos los canales se puede calificar de "standard", entendiéndose por ello un formato a base de noticias cortas -locutor con apoyatura visual- declaraciones, entrevistas, deportes e informaciones vía satélite. Todo ello trae consigo el desmembramiento de la información, con las consiguientes interferencias en la - formación de la opinión del espectador.

En cuanto a volumen y tipo de noticias es lógico que el canal del Estado proporcione una mayor información acerca del gobierno y sus actividades en el ámbito nacional, noticias locales e internacionales vía satélite. En los dos canales comerciales se puede encontrar una mayor información nacional,

reportajes del interior del país, etc, sin faltar por ello las noticias diarias acerca de la actividad en la capital. Los tres departamentos de prensa están abonados a alguna o varias de las agencias internacionales, con servicios esporádicos, además, por parte de otras agencias privadas o nacionales y extranjeras. Ya que estamos hablando de programación, ha habido ultimamente un par de cambios, de estilo y de horario respectivamente, en el que están envueltos los espacios informativos. Se trata del canal 8, estatal, que esta vez ha metido las cámaras en la sala de redacción, para darnos desde allí, donde se confeccionan las noticias, los Boletines ordinarios de prensa antes del noticiero principal. En el fondo no deja de ser un mero cambio formal, sin ninguna repercusión en el número y calidad de las noticias, y hasta el momento, la imitación americana -CBS para ser más exactos- les resulta un tanto artificial, perdiéndose con ello lo que hubiera podido haber de innovación y personalidad. El otro cambio está a cargo de Venevisión, Canal 4. Ha retrasado el noticiero, tradicionalmente a las 10,00 p.m., y lo ha colocado a las 11,00. Lo que parece no tener importancia, la tiene en realidad. En primer lugar, está intentando nuevos caminos de aproximación a las necesidades del público -ha puesto en el horario anterior series de televisión durante toda la semana-, y en segundo lugar se ha alejado de la competencia, reestructurando por completo toda su programación nocturna. No sabemos si el experimento le dará el resultado apetecido, pero sí estamos de acuerdo en que su programación sigue viva y en movimiento.

Lo primero que llama la atención sobre los pro--

gramas periodísticos de opinión es su número, unos semanales, otros diarios, con distintos formatos y estilos, por la mañana y por la noche. A las 7,00 de la mañana comienzan los canales 2 y 4 con "Lo de Hoy", presentado por los periodistas Marianela Salazar y Paco Benmamán, y "Buenos Días", con Sofía y Carlos Rangel. Esta última es una de las parejas más discutidas dentro del periodismo televisivo por su agresividad interpretativa. Ambos programas mantienen un esquema semejante, realizando principalmente entrevistas a invitados especiales, políticos, artistas, personajes del momento. Se puede estar o no de acuerdo con las preguntas y temas tratados, pero siempre resultan programas ágiles e interesantes.

El resto de los espacios de opinión está programado en la noche. El canal del Estado, VTV-8, ha sido la única planta que ha hecho un esfuerzo significativo en la incrementación de los espacios de opinión.

En la actualidad mantienen en el aire unos cuatro programas de este tipo, "Pantalla Abierta", "Encuentro", "Expresión Libre" y "Adelante". Todos ellos mantienen un formato de discusión, tipo foro, con un tema central y un moderador. El único que introduce cierta variación es "Pantalla Abierta", con el intento de crear un posible feedback del espectador, manteniendo para ello varias líneas telefónicas abiertas, en comunicación directa con el programa. En realidad, todos estos espacios vienen a ser -por lo general, aunque no exclusivamente- válvulas de escape, o de explicación de las actividades de los organismos estatales o paraestatales sobre temas de actualidad nacional.

nal, deficiencias de servicios, políticas económicas o sociales. En "Frente a la Prensa", canal 4, que se transmite en su nuevo horario los Domingos por la noche, varios periodistas hacen preguntas al invitado de turno. El moderador se reduce a presentar a los diversos periodistas, al invitado de la noche, y dirigir el tráfico de preguntas por turno. Cada periodista tiene dedicado un tiempo específico, dentro del cual puede hacer sus preguntas, que no tienen por qué referirse a un tema estricto, elegido de antemano. El programa adolece de cierta rigidez formal, que en general no quita interés al tema tratado, aunque sí puede inhibir en cierto sentido a sus participantes.

"Primer Plano", canal 2, miércoles por la noche, es un programa de un entrevistado y un entrevistador, exclusivamente. Como viene siendo norma en esta clase de espacios se invita al programa a diversas personalidades del ámbito nacional, políticos, economistas, obispos, sociólogos, etc. También aquí -- existe una novedad interesante: se introduce al público en el programa, a través de preguntas filmadas que se hacen directamente al personaje entrevistado. El método es sin duda alguna novedoso. Sin embargo, al tratar los productores de dar al programa cierta agilidad y discreción, desechando preguntas comprometidas o de poco interés, se crea la falsa imagen de una total libertad del público para preguntar, libertad que en la realidad resulta bastante limitada.

Esto ha sido lo principal de la programación televisiva venezolana durante el pasado año. La circunstancia de que 1978 sea un año de elecciones nacionales, y de que en el mis-

mo se vayan a celebrar importantes acontecimientos deportivos - en distintas partes del mundo, no nos hace concebir perspectivas demasiado halagüeñas de una televisión distinta y mejor en un futuro inmediato.

Francisco Tremonti.

---

CELEBRANDO LOS 25 AÑOS DE TV. VENEZOLANA:

EL NACIMIENTO DE LA PRENSA NACIONAL.

---

Un cuarto de siglo es un plazo estimable como para efectuar una revisión a la aplicación de un medio, sobre todo en el siglo XX en que las distancias entre las invenciones técnicas y su difusión se han estrechado vertiginosamente.

Ahora bien, al celebrar sus 25 años ¿Qué imagen proyecta nuestra televisión? Para responder a esta pregunta compleja, que requeriría ser analizada interdisciplinariamente, nos hemos limitado a un aspecto concreto en la perspectiva de la opinión pública: ¿Cuáles son los problemas de la Televisión que encuentran más eco en la discusión pública entablada en los diarios nacionales?

Para ello, una vez hecha la recogida cronológica de los planteamientos correspondientes al período de noviembre de 1977 (mes de la celebración), los hemos clasificado formalmente según se refieran a críticas o soluciones provenientes de un triple sector: declaraciones de profesionales ligados al medio, articulistas de opinión, pronunciamientos institucionales.

Sin embargo para la presentación de este informe exponemos en primer lugar la contextualización y los resultados. Al final anexamos la cronología de las informaciones, declaraciones y opiniones que se han emitido en la prensa nacional.

Conviene aclarar que al decir "prensa nacional"

nos referimos a aquella prensa, que si bien editada en el Distrito Federal, se difunde marcadamente a todo el país (a excepción de La Voz de Catia).

Para evitar la confusión de citas hemos optado por señalar simplemente las fechas de referencia del sumario cronológico.

a) Marco de la celebración

El 22 de noviembre de 1952 apareció por primera vez la imagen patrón del canal 5. Hace pues 25 años que bajo las siglas YVKA-TV lleva funcionando esa televisora nacional. Siete meses después, el 1 de junio del 53 surgiría la estación privada Televisa (YVLV-TV, Canal 4) que inauguró la televisión comercial. A pesar de la decadencia del sector público televisivo frente al privado en lo que respecta a la sintonía, corresponde al canal oficial el honor de haber efectuado la primera transmisión.

La celebración ocurre dentro de un marco en el que, una vez postergados los canales 5 y 8 (ambos públicos), arrecia la batalla del rating entre las dos competidoras comerciales 2 y 4 (sucesora de Televisa).

El Ministerio de Transporte y Comunicaciones - por resoluciones emanadas desde el 1 de noviembre de 1972 hasta el 28 de abril de 1977 había tratado de ir canalizando la programación vespertina hacia pautas culturales.

A raíz del intento del Canal 2 por trasponer re

conocidas novelas (Doña Bárbara, Campeones, Tormento...) de la literatura mundial y venezolana, hubo una tonificación positiva de la TV., a pesar de las críticas obvias que recibieron estas adaptaciones tachadas de pseudoculturales.

Este esfuerzo que apenas tuvo eco en los demás canales (el intento de "Migajas" en el canal 8 quedó abortado) - fue sostenido por el mismo canal 2 pero con un replanteamiento. - En lugar de efectuar las trasposiciones de obras clásicas, aventura siempre expuesta, se contó con los guiones creativos de escritores nacionales de la talla de Salvador Garmendia y José Ignacio Cabrujas.

El éxito arrasador obtenido por las telenovelas de estos autores, "La Señora de Cárdenas" y "La Hija de Juana Crespo" era indicio de las posibilidades que entrañaba un nuevo tipo de telenovela más realista y directo en contraposición al melodrama engolado. Naturalmente no todos compartieron el carácter cultural de esta modalidad que en cierta forma adoptaba la misma estructura morfológica de la telenovela tradicional.

En octubre la nueva telenovela "Silvia Rivas, Divorciada" trataba de explotar esta misma veta. Sin embargo el canal 4 lanzó un culebrón que resucitó el melodrama truculento a través de la telenovela "Rafaela" con guión de Delia Fiallo. La caída del rating obligó al canal 2 a liquidar la serie "Silvia Rivas, Divorciada", y a efectuar, como explicó posteriormente Luis Guillermo González, Gerente de Producción del 2, una operación de regresión al melodrama sensacionalista.

Esta vez la operación de rescate del rating rompió todos los cánones tradicionales. La nueva telenovela "TV Confidencial" presentaba en su primer capítulo el adulterio y muerte instantánea en cama de un senador de la República, interpretado por el conocido ex-senador y secretario del partido Morena, Montiel Ortega.

El impacto escandaloso provocado por esta presentación acabó de nuevo con el predominio del canal 4, a pesar de todas las denuncias que estallaron contra el canal 2.

Precisamente en el clímax de esta discusión sobre los espacios culturales, las telenovelas y el rating, nos sorprendió el día 22 de noviembre, fecha de la celebración.

#### b) Polarización de la prensa

Una observación detenida dentro del aparente desorden de las informaciones nos permite descubrir ciertas constantes en la política informativa que ha seguido la prensa nacional en torno a la Televisión.

Por una parte el Bloque de Armas, a través de sus medios más destacados "2001" y "Meridiano", se cuadró incondicionalmente a la posición del canal 4 (Gustavo Cisneros: "Cada", "Pepsi-Cola", etc.). Destacó "la paliza que le dió Rafaela" a "Silvia Rivas, Divorciada" y anunció el fin de esta última. Posteriormente a raíz del vuelco originada por "TV-Confidencial" lanzó numerosas informaciones insultantes contra Montiel Ortega (8-9) y mantuvo una serie de declaraciones críticas de carácter general sobre las telenovelas, que contextualizaba

se referían a "TV-Confidencial" (12-15-16). Al mismo tiempo arrojó un ataque contra los personeros del canal 8 (23) y más tarde al aumentar la crítica sobre el sector privado despotricó contra la programación oficial (26). Esporádicamente publicó algún artículo un poco más serio de evaluación (22).

Por su parte la Cadena Capriles sostuvo una política más distante de los intereses de los canales. Sin exaltar la competencia del rating, ni tergiversar la actuación y declaraciones de Montiel Ortega, informó sobre las reacciones de los artistas implicados (Marina Baura, Miguel Angel Landa...) así como las reacciones del sindicato (4-24). Después en la primera semana de diciembre prosiguió una serie de entrevistas a profesionales vinculados directa o indirectamente al medio (Román Chalbaud, Raúl Sanz Machado, Astrid Dáez...) cuyo recuento final ofreció - Bustindui el 7 de diciembre en "El Mundo" con unos resultados ligeramente críticos. Sin embargo, al recoger la información sobre la Asamblea del Sindicato de TV destacó en sus titulares los "Ataques contra la Democracia" (25), más que la inmoralidad cuestionada de la programación.

"El Nacional" a su vez mantuvo una política coherente con la defensa que había asumido de las telenovelas culturales y de "ruptura" (Séptimo Día, 9 de octubre, 1977). A través de las diversas informaciones y columnas de Edith Guzmán denunció la regresión iniciada por los nuevos culebrones y enmarcó el problema en el contexto jurídico de la inaplicación de las disposiciones ministeriales (4). Además el mismo diario amplió la discusión al sector universitario e investigador (11-29) y dió resonancia

cia a las críticas del sindicato (24). Publicó algunos artículos de opinión como el de "Un cuarto de siglo de TV" de Héctor Mujica (24) y difundió el pronunciamiento crítico emitido por el Consejo de Economía Nacional sobre la incidencia deformante de la TV (29).

"El Universal" siguió la corriente de los acontecimientos sin una posición definida. En un primer momento informó ostensiblemente sobre el éxito obtenido por "Rafaela" - hasta el punto de llegar a comentar: "El rostro de felicidad lo debe tener más marcado que nadie Delia Fiallo, que ha demostrado una vez más que su talento es cosa seria"(4). Como se sabe dicha guionista ha sido considerada por amplios sectores de artistas y productores como una de las responsables de la regresión desatada. Pero el mismo diario, tras la recuperación del Canal 2 con "TV-Confidencial", dió resonancia al planteamiento del Senador Hermógenes López para la eliminación de telenovelas inmorales (10). Por lo demás publicó también algún artículo de opinión (20).

Otros diarios como el de "La Voz de Catia" jugaron entre el sensacionalismo propio de un título como "Adulterio del Ex-Senador"(9) y algunas informaciones intrascendentes (22-23).

Por fin habría que señalar el silencio del Sector Gubernamental, más preocupado en esas fechas con la detención y censura de Irma Barreto, Doris Francia y el programa "Dos Generaciones" de Napoleón Bravo, que con la corrupción.

ria de la televisión.

El Sector Eclesial también evadió el problema -- y ante una acusación de Jorge Olavarría en la revista "Resumen" -- se contentó con remitir una carta aclaratoria del Departamento de Comunicación del Episcopado en el sentido de que ya en otras oportunidades habían hablado los obispos sobre los medios masivos -- (Resumen, núm. 211 y 213).

c) Declaraciones de los profesionales ligados al medio

A lo largo del mes han sido entrevistados numerosos artistas, directores, guionistas, productores, investigadores de sicología y sociología, quienes de forma directa o indirecta -- han expresado sus críticas y sugerencias. Hemos recogido en forma resumida todas aquellas proposiciones constantes que se refieren tanto a las críticas expresadas como a las posibles soluciones. Sólo en último término hacemos alusión a los planteamientos discrepantes.

Evaluación crítica:

- Abandono de los programas infantiles; improvisación e infantilismo.
- Degradación de los programas: el boom sexual reemplaza a la violencia.
- Concepción melodramática de la vida en las telenovelas.
- Horario inconveniente de las telenovelas.
- Fracaso de la televisión cultural; pérdida de los buenos propósitos para producir programas culturales.
- Anclaje de la nueva telenovela en estructura morfológica de la vieja.

- Falta de la propia forma en la expresión televisiva.
- Pasivismo y consumismo engendrado por el medio.
- Efecto nefasto del rating.
- Transculturización.
- Eliminación injustificada de la Comisión Asesora de Radiodifusión.
- Falta de una legislación y de una política comunicacional coherente.
- Inefectividad del Estado en el papel normativo y orientador.

Sugerencias positivas:

- Necesidad de una evaluación sobre los 25 años.
- Elaboración de programas más vinculados a las necesidades del país.
- Mayor venezolanización de los programas.
- Reducción de las series basadas en la violencia.
- Transmisión de las telenovelas después de las 10 p.m.
- Reglamentación de las cuñas de cigarrillos y licores.
- Creación de un consejo técnico, científico y pedagógico para la orientación normativa y evaluativa.

d) Artículos de opinión

Los artículos de opinión dedicados a una evaluación han sido muy escasos y en general de gente ligada al medio político como es el caso de Héctor Mujica y Tarre Murzi.

Evaluación crítica:

- Mimetismo de la programación venezolana respecto de la foránea.
- Desplazamiento del talento vivo venezolano.
- Impacto negativo del rating

- Dependencia cultural (programación y recursos humanos).
- Aturdimiento del espectador a través del exceso de cuñas.
- Irresponsabilidad de los anunciantes y del Estado.
- Predominio de las funciones de diversión y venta sobre los de información y educación.

#### Sugerencias positivas:

- Independencia de los programas de opinión para examinar problemas sociales y políticos.
- Empleo más equilibrado de la TV. con fines informativos, educativos y de entretenimiento.
- Ampliación del hardware a sectores aún inaccesibles (40% de la población).
- Preparación de recursos humanos por el sistema de Becas Mariscal Ayacucho.

#### e) Pronunciamentos institucionales

Entre los pronunciamentos institucionales difundidos por la prensa en el mes de noviembre merecen destacarse por su importancia, la de la Junta Directiva de la Liga Venezolana de Higiene Mental, el Sindicato Profesional de Trabajadores de Radio, Teatro, Cine, Televisión y Afines del Distrito Federal y Estado - Miranda, y el Consejo de Economía Nacional. En vista de que se trata de planteamientos más globales y diferenciados, hemos respetado la referencia a las fuentes.

#### Evaluación crítica:

##### Liga Venezolana de Higiene Mental:

- Incremento de la delincuencia por las escenas de violencia que en ellas se representan y por sus exhortaciones al consumo de bebidas alcohólicas y a la vida fácil.

- Fracaso de las prédicas del hogar y de las enseñanzas de los maestros ante los ejemplos de la televisión.
- Conversión de la mujer en objeto publicitario.

Sindicato Profesional de Trabajadores de Radio, Teatro, Cine, -  
Televisión y Afines del Distrito Federal y Estado Miranda:

- Presupuesto escaso y deficiencia de equipos en los canales del Estado en comparación con el sector privado.
- Influjo dominante de la programación cultural o anticultural del sector privado.
- Seguidismo de los canales oficiales.
- Desaprovechamiento de los recursos humanos en los canales.
- Deficiente control estatal y fracaso del autocontrol privado.
- Degradación motivada por la competencia estimulada por el rating.

Consejo de Economía Nacional:

- Los Medios de Comunicación Social, fundamentalmente la radio y la televisión, como instrumentos preferencialmente utilizados por el sector privado como mecanismos publicitarios, ejercen una acción en lo esencial negativo en la promoción educativa y cultural del venezolano.
- La publicidad realizada a través de estos medios tiende a deformar el consumo al intensificar la demanda de bienes y servicios superfluos y configura en la población de bajos y modestos ingresos un patrón de consumo que no se compadece con una racional distribución del ingreso personal.
- Se modelan hábitos de consumo a través de un empleo intensivo de la publicidad para inculcar en niños, jóvenes y adultos a un consumo insaciable de elección impulsiva y de variedad infinita.

Sugerencias positivas:

Sindicato Profesional de Trabajadores de Radio, Teatro, Cine, Televisión y Afines del Distrito Federal y Estado Miranda:

- Creación de un Comité de Defensa de los intereses del público televidente. Este Comité debe estar integrado por representantes de los más diversos sectores culturales, políticos y sociales del país.
- Iniciar una campaña por todos los medios posibles, para que el Estado incremente al máximo el control que debe ejercer sobre la calidad de los programas de televisión del país; en este control deben participar diversas instituciones oficiales y privadas.
- Emitir un documento en el cual se haga un llamado a las plantas de televisión, a los productores de programas y a los programadores, para que pongan cese a la competencia a base de inmoralidad. En el mismo documento debe hacerse un llamado al gobierno para que arbitre fórmulas eficientes que impidan que estos hechos puedan repetirse en el futuro.

Consejo de Economía Nacional:

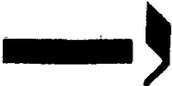
- Para neutralizar los efectos negativos de una publicidad concebida bajo los esquemas norteamericanos, el Estado debe establecer normas que contribuyen a neutralizar las consecuencias sociales nocivas que tiene este mecanismo publicitario.
- Una reforma radical debe ser llevada a cabo en el funcionamiento de la radio y de la televisión para adaptar los contenidos audiovisuales de estos medios al proceso educativo venezolano. Por una parte debe reorientarse la publicidad en estos medios pero procurando asegurar la solvencia económica de las empresas mediante incentivos del Estado para las que están en condiciones de producir programas de carácter educativo y culturales. Dentro de una concepción democrática y pluralista, la reforma sugerida debe estimular la participación de la iniciativa privada en el proceso de transformación de estos instrumentos.

d) A modo de conclusión

Como puede apreciarse hay una serie de coincidencias básicas en la evaluación crítica proveniente de diversos sectores sobre todo en lo que respecta a las deficiencias de la programación, la dependencia cultural, el sensacionalismo impuesto por el rating y el consumismo estimulado por la publicidad compulsiva.

Si bien no hemos reseñado los puntos de discrepancia, conviene tenerlos en cuenta para una consideración ulterior y más detenida. En particular se han manifestado diferencias sobre el grado mayor o menor de ingerencia del Estado como agente emisor o contralor, sobre la función educativa y cultural de la televisión, sobre los efectos positivos o negativos de las nuevas telenovelas de carácter realista, sobre la implantación o no de la televisión a color y la elección sobre los diversos sistemas. El punto más polémico es sin duda el relativo a los mecanismos de control ante la alternativa del autocontrol de los canales o de la supervisión por una comisión técnica ajena al propio canal.

Pero, a pesar de estas diferencias, las soluciones planteadas tienden a exigir una responsabilidad mayor del Estado, la definición de una política concertada y relacionada con las necesidades urgentes de un país en desarrollo, la creación de un mecanismo representativo que asesore al Estado y la complementariedad de la programación.

  
Jesús M. Aguirre.

ANEXO I: CRONOLOGIA SOBRE LA TV. EN LA PRENSA

(NOVIEMBRE 1977)

<u>Día</u>	<u>Título de Referencia</u>	<u>Diario</u>
4	"Por la paliza que le dió "Rafaela", - "Silvia Rivas, Divorciada" termina hoy"	2011, p. 17
4	"Rafaela superó por amplio margen a -- "Silvia Rivas".....	Universal, 3-32
"	"Marina Baura: Silvia Rivas es un fracaso" .....	El Mundo, 2-10
"	"Miguel Angel Landa: Es una lástima que la truculencia vuelva a la TV".....	" " " "
"	" Qué va a pasar con el decreto Ministe- rial? El hecho de que a Silvia Rivas, - Divorciada, la hayan cortado intempesti- vamente porque tenía bajo rating, debe llamar a reflexión..."por Edith Guzmán .	Nacional, 8-24
5	"Telebriedades: Culebrones en los espa-- cios culturales a partir del lunes".....	Nacional, 8-19
6	"Telenovelas al pizarrón" .....	Nacional 7º día,8-9
8	"Guerra de culebrones: Furia de exo en Televisión. Hasta un ex-senador apare-- ció anoche en escena escabrosa".....	2011, tra plana.
"	"Se soltó el morro: Montiel Ortega galán de TV".....	Meridiano,p.32
9	"Leonardo Montiel Ortega: Mi actuación - en TV fue una travesura con un objetivo político" .....	Nacional,8-23
"	"Adulterio de Ex-Senador" .....	Voz de Catia,p.24
"	"Dice el Senador Bonchión: Fue una trave- sura para estar con Pierina".....	Meridiano, p. 44

Día	Título de Referencia	Diario
9	"Montiel Ortega: Todos los políticos se creen actores y están en pantalla".....	El Mundo, 1ra.plana
10	"Eliminación de Telenovelas Inmorales - plantea el Senador Hermógenes López" ..	Universal, 1ra.plana
11	"El boom sexual en la Televisión reem-- plaza a la violencia. Análisis sico-so cial"(Entrevista a Maruja Acosta y E-- duardo Santoro de la UCV).....	Nacional, C-1
12	"Comunicación ha sido culpable de las - Telenovelas en horarios inconvenientes" (Entrevista a Oswaldo Capriles del - ININCO) .....	Meridiano, p.33
15	"En el Sindicato de Radio, Cine y TV A- samblea de Actores y Actrices. Analiza rán TV-Confidencial: Estima Alberto Al- vares, presidente de la Seccional de ac- tores del Sindicato de Radio, Cine y - TV, que la Telenovela "TV-Confidencial" va en contra del gremio artístico".....	Meridiano, p.30
16	"Héctor Mujica, Presidente del Colegio Nacional de Periodistas e Investigador de la Comunicación: En nombre de la - Cultura se cometen muchos crímenes. - El C.N.P. hará un pronunciamiento en - torno al horario de las telenovelas"...	Meridiano, p.37
20	"Chespirito sí sabe de TV: La imporvisa- ción y el infantilismo crónico prevale- cen dentro de todo eso que pomposamente llamamos Literatura Infantil Venezolana. Los mismos eternamente presentes en los denominados Programas Infantiles de la TV. local" .....	Universal, 1-4

Folia	Título de Referencia	Diario
11	"Un cuarto de siglo de la Televisión Venezolana: Es el momento de hacer una evaluación sobre lo que se ha hecho y lo que se ha dejado de hacer, en este importante medio de comunicación".....	2001, p. 10
	"Programa especial hoy en VTV: se realizarán cambios de programas especiales con motivo de los 25 años del canal 5"..	Voz de Catia,p.22
"	"Hoy: Todos los canales unidos en los 25 años de la TV." Los comienzos más talentoso vivo. El Rating enfermó a la TV. Para hoy una programación especial por Marlene Castillo"	2001
"	"Aniversario de TVN-5: 25 años de vida en blanco y negro y no se vislumbra la TV a color" .....	El Mundo, p. 23
"	"25 Años de TV" por Alfredo Tarre Murzi	2001, p. 6
"	"Causan indignación declaraciones de Pedro Berroeta en las que descarga de manera infame a nuestra sociedad. La TV es un chivo expiatorio de nuestra sociedad!"	2001, p. 12
"	" Hasta dónde va a llegar la TV Venezolana? Esta interrogante servirá como punto de discusión a la directiva del Sindicato de Radio y Televisión, en la Reunión que tendrá lugar en el palacio de las industrias, mañana Jueves".....	2001, p. 23
"	"Nuestra Televisión. La Televisión privada está pidiendo a gritos que el Estado la intervenga" .....	Ult.Noticias,p.42
"	"La Televisión desplazó a la radio y cambió la conducta de los Venezolanos. Con la llegada de los inmigrantes cubanos nuestra televisión tomó un rumbo distinto al que se había trazado".....	Voz de Catia, p.17

Día	Título de Referencia	Diario
24	"Problemas de la Televisión discutirán hoy en Asamblea del Sindicato" .....	Nacional, C-8
"	"Paréntesis: El Sindicato critica la eliminación por parte del Ejecutivo Nacional, de la Comisión Asesora de Radio difusión, y el criterio de las autoridades oficiales de que los mismos canales sean los que se autocontrolen".....	Nacional, C-8
"	"Canal Dos ganó a Venevisión por un punto y cuatro décimas".....	2001, p. 13
"	" Era antes mejor la TV?" por Rómulo Rodríguez.....	" " "
"	"El escándalo de los culebrones: Intervención del Estado en la TV pide Sindicato. Actores y Actrices se negarán a actuar en telenovelas pornográficas. - Convocada para esta noche reunión de - los afiliados al Sindicato de Radio y - TV, en donde se pedirá la intervención. Empresa privada contraria a la medida y pide a Fedecámaras evite la censura" ..	El Mundo, 1ra.plana
"	"Julio Cabello, Secretario General del Sindicato de Radio y TV: La competencia de las televisoras una carrera de la Inmoralidad".....	Meridiano, p. 37
25	"Control en Telenovelas pedirá sindicato de Radio y TV".....	Voz de Catia,p.17
"	"Ataques contra Democracia anoche en - Sindicato de TV : culpa al sistema de - la televisión inmoral".....	El Mundo, 1ra.plana
"	"Un cuarto de siglo de TV" por Héctor - Mujica.....	El Nacional,p.Edit.

Día	Título de Referencia	Diario
25	"Sin excluir supervisión oficial Televisoras se comprometieron a autocontrolar la programación".....	2001, p. 14
26	"La opinión de los artistas: la causa de los males de la TV: rating, enlatados y mal manejo del talento vivo".....	Nacional, B-28
"	"Con sus enlatados: Mensaje de Violencia Transmite el canal 8. Sexo y otras menudencias en programas del Estado".....	2001, p. 11
29	"Factores deformantes sobre el hábito de consumo tienen la Radio y la TV. El Consejo de Economía Nacional propone una revisión de la doctrina de estos medios de comunicación".....	Nacional, C-10.
"	"Acusada la pantalla chica de incrementar la delincuencia y el consumo de alcohol. En las Jornadas Nacionales de Salud Mental".....	Nacional, C-4
"	"Miraflores a la vista: (1..) Camina el auto-control de la Televisión Venezolana"	Nacional, C
"	"25 años de la Televisión Venezolana" - por José Cañizales Márquez.....	Mundo, p. Edit.

---

---

# Documentos

---

## PROYECTO RATELVE

"Diseño para una nueva política de Radiodifusión del Estado Venezolano"

Hemos sintetizado los planteamientos propuestos en los capítulos I (Elementos para un modelo de radiodifusión aplicable al país) y III (La nueva política de radiodifusión) por la Comisión Preparatoria del Consejo Nacional de la Cultura -Comité de Radio y Televisión- según el texto publicado por la editorial SUMA, Caracas, 1977.

## CAPITULO I

### ELEMENTOS PARA UN MODELO DE RADIODIFUSION APLICABLE AL PAIS:

Define por RADIODIFUSION cualquier servicio de Radio y Televisión, tanto público como privado, destinado a ser recibido por el público en general (Art. 5 Regl. vig.) y señala los principios generales para el diseño de un modelo ideal, óptimo y factible.

- 1.1 Sección Primera: Principios generales de carácter filosófico, antropológico y político-cultural.
  - 1.1.1. Persona, Comunidad y Comunicación: "sin comunicaciones no hay comunidad entre los hombres, por lo cual la comunicación es esencialmente política".
  - 1.1.2. La Comunicación Social no es una rama de la industria

tria publicitaria.

1.1.3. La Radiodifusión es un servicio público.

1.1.4. La Radiodifusión es un instrumento fundamental del desarrollo.

1.1.5. La Radiodifusión debe adecuarse a las necesidades nacionales.

1.1.6. La Dirección global de la Radiodifusión corresponde al Estado, no en sentido monopolista, sino de concertación de medios y metas entre el sector público y el sector privado.

1.1.7. Las vertientes esenciales de la acción del Estado son:

- En cobertura: maximización
- En contenidos: adecuación a las necesidades reales y su diversificación por el método complementario.
- En dirección global: armonización del servicio público y el privado.
- En financiamiento: dotación de fondos adecuados al servicio público.

1.2 Sección Segunda: Criterios operacionales ineludibles para la nueva política en Radiodifusión.

1.2.1. Alternativas de Uso:

1.2.1.1. El modelo Competitivo: predomina la competencia del sector privado.

1.2.1.2. El Complementario o Planificado: casi siempre gerenciado por el Sector Público con un equilibrio en la programación.

1.2.1.3. El modelo Específico: reducido a necesidades definidas de teleeducación etc.

1.2.2. Alternativas de Propiedad:

1.2.2.1. Estatización total de la Radiodifusión: "se detecta el hecho de que ninguna fuerza

política nacional, debidamente consultada, desea la implantación de un monopolio público y la estatización. Deseable a largo plazo.

1.2.2.2. Régimen mixto Auténtico: relaciones de equilibrio respecto a la propiedad (pública y privada) y al uso (complementario-específico y competitivo). Deseable, probable a mediano plazo, posible.

1.2.2.3. De Contratos de Servicios: el Sector Público sólo se reserva la programación específica, para convertir al Sector Privado en contratista de servicios complementarios y planificados. Posible a mediano plazo.

1.2.2.4. Régimen de Producción y reserva de Uso: el Sector Público limita su actividad a la producción, renuncia a toda capacidad emisora pero se reserva reglamentariamente un amplio uso de espacios en el sistema competitivo.

La matriz de relaciones Uso-Posesión presenta el actual régimen de Radiodifusión como de Mixto-Inauténtico, posible inmediatamente pero inadecuado, ineficaz, ineficiente y sujeto a criterios de beneficencia privada.

1.2.3. Funciones generales ineludibles para un sistema de Radiodifusión: producción, conservación, difusión, evaluación.

1.2.3.1. Necesidad del Enfoque Global y Diacrónico: "la planificación cultural debe considerar siempre a la vez los cuatro momentos indicados, ante cada caso específico de función cultural o comunicativa"

1.2.3.2. Su aplicación a la Radiodifusión:

- Planificar el sistema de producción.
- Diseñar un sistema eficiente de conservación.
- Determinar el modelo de difusión y la dotación de su infraestructura.
- Organizar un departamento técnico de evaluación

1.2.3.3. Resumen sistemático comprensivo: como quiera que las funciones varían de definición de un sector cultural a otro, se indican aquellas que deben considerarse:

- a) Establecimiento de Políticas;
- b) Investigación;
- c) Planificación;
- d) Producción;
- e) Difusión;
- f) Control;
- g) Evaluación;
- h) Coordinación;
- i) Capacitación;
- j) Promoción.

APENDICE I.- Perú, México, Argentina, Francia, Italia: Cambios Jurídicos e Institucionales producidos recientemente en la organización de sus servicios de Radio y Televisión. Se insiste básicamente en lo que puede ser de utilidad para Venezuela.

APENDICE II.- Análisis Econométrico-comparativo de ingresos, costos globales y costos hora-programa en países de régimen complementario y competitivo. Se demuestra que el promedio mundial en calidad medio alta se sitúa en los 120 mil bls. hora para TV y en los 13 mil bls. hora para Radio, que deben contrastar-

se con los 8.500 bls. hora de TV. venezolana y - los 200 bls. hora de nuestra radio.

APENDICE III.- Convergencias regionales: Cambios espontáneos y dirigidos en la Radiodifusión Latinoamericana: i niciativas de la UNESCO para favorecer nuevas po líticas de Radiodifusión en América Latina. Se demuestran los cambios espontáneos y dirigidos - por reacción del Sector Público contra los exce- sos y abusos del Sector Privado, sin vinculacio- nes al régimen político, que viene a ser una va- riable independiente de las necesidades de la Ra diodifusión.

### CAPITULO III

#### LA NUEVA POLITICA DE RADIODIFUSION

- 3.1. Metodología: Se infiere de una confrontación entre el mo- delo ideal, óptimo y factible y los datos del sistema real.
- 3.2. Objetivos generales: Fijación de objetivos a corto, media- no y largo plazo.
  - A. Adopción de la forma de servicio público
  - B. Respuesta a la política global de desarrollo socioeco- nómico independiente.
  - C. Concertación entre sectores público y privado.
- 3.2.1. Objetivos particulares:
  - A. Garantizar a todos un servicio público comple- mentario.
  - B. Ofrecer a los organismos públicos una utiliza- ción adecuada de la R-TV.
  - C. Garantizar un alto nivel cualitativo a nivel - infraestructural y programático.

D. Asegurar la cobertura nacional maximizada y múltiple, la proyección internacional y la salvaguarda de fronteras.

3.2.2. Objetivos instrumentales:

A. Mecanismos de dirección interinstitucional.

B. Unidad central para la gestión.

C. Complejo nacional de producción de contenidos.

D. Infraestructura técnica nacional de difusión-transmisión dependiente de la nueva unidad político-administrativa.

E. Red de centros comunales de recepción.

F. Centro Nacional de Formación y Adiestramiento.

G. Mecanismos jurídicos indispensables.

3. Principios Generales: Fijación de un primer orden de prioridades entre las necesidades reales del país según las pautas adoptadas por la UNESCO.

A. Satisfacción de necesidades sociales: problemas básicos.

B. Necesidades educativas: nivel formal, informal y permanente.

C. Necesidades de identidad nacional: sano nacionalismo.

D. Necesidades culturales: productos culturales nacionales.

E. Necesidades de política internacional: extensión de la señal.

F. Necesidades informativas: libertad de estar informados.

G. Necesidades de política económica: orientación económica sobre el país y sobre las pautas de consumo.

H. Necesidades de tiempo libre: multiplicación de alternativas diversas a la R-TV.

3.4. Criterios operativos de la nueva política

3.4.1. Implantación de un servicio público de tipo complementario:

- Dos redes radiales de cobertura total (1ro. y 2do. programa)
- Una red radial de cobertura parcial (3er. programa).
- Dos redes televisivas de cobertura total (1ro. y 2do. programa).

3.4.2. Implantación de un régimen mixto auténtico:

- Subsistencia del sector privado y competitivo con adecuada reglamentación y concertación.
- Obtención de coberturas maximizadas por parte del sector público.
- Control del sector privado sin desmedro de la libertad de opinión.
- Relación de equilibrio entre los dos sectores.

3.4.3. Funciones generales ineludibles: Respuesta coherente, homogénea, sincrónica y global a cada uno de los aspectos funcionales básicos: producción, conservación, difusión y evaluación:

- 3.4.3.1. Unificación en un solo organismo de la capacidad de producción y de emisión del Estado con tendencia a producir a corto plazo un 90-95% de la producción RADIAL, y a mediano plazo un 70-80% de la producción TELEVISIVA, y con un costo promedio de Bs. 796 millones anuales.
- 3.4.3.2. Creación de dependencias adecuadas para la organización y conservación de archivos, hemerotecas, iconotecas, sonotecas, filmotecas, videotecas y materiales impresos y audiovisuales que confieren a la institución capacidad de investigación, de repetición, de intercambio de material, de ensamblaje, de utilización instantánea y tempestiva del material conservado.

3.4.3.3. Determinación de la política de difusión - en base a estos cinco criterios:

- A. Maximización de la cobertura (2 redes radiales, 2 redes de TV, y cobertura parcial para una red radial).
- B. Fácil y constante regionalización de las emisiones con igualación del flujo interior-capital o interior-interior - (redes malladas en lugar de radiales).
- C. Reversión al Estado de las concesiones de onda corta.
- D. Reservación al sector público del uso de la Ultra Alta Frecuencia (UHF), de la Hilodifusión, de la TV vía cable - (CATV) y de la Frecuencia Modulada - (FM). (No hubo unanimidad en el seno del comité acerca de la necesidad de revertir a la nación el uso de la FM).
- E. En relación al "hardware" de difusión de la R-TV pública (emisión, transporte y difusión propiamente dicha) hubo dos tesis opuestas: la adscripción de todo el transporte de señales a la - CANTV, y la de una neta separación por razones de control y seguridad. El informe propone finalmente por unanimidad la incorporación de la CANTV al - sector TELECOM, "pool" de instituciones que integrarán el nuevo organismo de difusión.

3.4.3.4. Creación inmediata por parte de la unidad político administrativa intersectorial de un adecuado servicio interno de investigación, evaluación y planificación.

3.4.4. Resumen de funciones: Comprobación de la eficiencia del sistema:

A. Establecimiento de políticas: la nueva institu-

ción somete a CORDIPLAN los proyectos anuales e interanuales.

- B. Investigación: efectuar evaluaciones propias - o contratar a instituciones nacionales especializadas.
- C. Planificación: la nueva institución asume su - responsabilidad con el apoyo de la unidad de - investigación.
- D. Producción: es asignada a la nueva unidad.
- E. Todo el "hardware" es confiado a la nueva institución.
- F. Control: la asignación de frecuencias y el control del hardware de difusión pública y privada corresponde al Ministerio de Comunicaciones; el control del software del sector público puede corresponder al CONAC; el control del software del sector privado puede corresponder o bien a la institución pública de radiotelevisión o bien al CONAC (Ej. la "Federal Communication Committee" norteamericana).
- G. Evaluación: a cargo de la nueva institución.
- H. Coordinación: a nivel interno por la propia - institución; a nivel intersectorial a través - de una oficina de concertación entre sectores público y privado.
- I. Capacitación: a cargo de la nueva institución.
- J. Promoción: a cargo de la nueva institución no sólo en su mero sentido competitivo y publicitario, sino con la implementación gradual de - todas las medidas jurídicas, económicas, políticas, tecnológicas, financieras, sindicales, fiscales, de intercambios, premios e incentivos.

3.5. El aspecto institucional de la Nueva Política: Proposición de fórmulas institucionales articuladas que pueden fundamentar la creación de la nueva Institución Pública de

## Radiodifusión (RATELVE).

La Nueva Política de Radiodifusión debe ser confiada para - su planificación y ejecución a un nuevo organismo público in - tersectorial, que cuente con la presencia de tres sectores - vitales:

- A. El sector información del Estado (OCI) para el control - de la radiodifusión pública,
- B. El sector cultural del Estado (CONAC) para el "input" - cultural y la programación en general,
- C. El sector TELECOM (MINCOMUNICACIONES Y CANTV) para la - instalación, mantenimiento y ampliación del "hardware" - de producción y transporte.

### 3.6. Aspectos sectoriales específicos de la Nueva Política

3.6.1. en lo Funcional: articulación y concertación del - sector público y privado.

3.6.2. en relación a los Aspectos Jurídicos:

- A. una reforma del actual Reglamento de Radiocomuni - caciones, tanto en sus aspectos técnicos como de programación,
- B. promulgación de una Ley y un Reglamento de Propa - ganda y Publicidad que sustituyan la inoperante ley de 1944.

3.6.3. en relación a Fuentes y Contenidos:

#### A. FUENTES:

- Nacionalización maximizada de las fuentes del mensaje (90-95% del mensaje radial y un - 70-80% del mensaje televisivo).
- Centralización de la mayor parte de la produc - ción.
- Utilización de programas importados sólo en - condiciones específicas.
- Diversificación de las fuentes del material - importado (no podrán provenir en más de un - 20% de un mismo país)

## B. CONTENIDOS:

- Incremento del sector informativo.
- Establecimiento de balances programáticos
- Implementación de mecanismos de control - de continuidad.
- Supresión de los "breakes".
- Posibilidad para el sector público de difundir publicidad comercial limitada al - 5% máximo de su tiempo de emisión y al - 25% máximo de sus ingresos anuales.

## C. RECEPCION:

- Complementación de los 3 programas nacionales de radio y los 2 programas de TV para que el usuario pueda elegir en cada momento del día entre tres programas esencialmente diferentes frente a la uniformidad masiva de todos los programas del sistema competitivo.
- Conversión progresiva del oyente o televidente del programa inferior en oyente o televidente del programa superior.

### 3.6.4. en relación a Cobertura:

- A. En radiodifusión RADIO: implementación de 3 redes para 3 programas nacionales complementarios:
  - a. un programa nacional (Primer Programa), de tipo ligero y de interés general, dirigido a la base de la pirámide socio-cultural de la población, para cuya base se propone la actual Radio Continente;
  - b. un programa nacional (Segundo Programa), de interés sectorial, dirigido al sector central de la pirámide sociocultural, para cuya base se propone la actual Radio Nacional 770 y 1050 Khz.
  - c. Un programa nacional (Tercer Programa), di-

rigido a la cúspide de la pirámide sociocul-  
ral, que será difundido en FM-STEREO, y -  
transmitido en las llamadas áreas académi--  
cas donde se concentra la mayor cantidad de  
población cultivada y estudiosa, para cuya  
base se propone la actual Radio Nacional -  
630 Khz.

B. Para ONDA CORTA: reordenamiento del sector por:

- a. Reversión de todas las concesiones a priva-  
dos y asignación en exclusividad al sector  
público.
- b. Implementación de un hardware de onda corta  
de alta potencia, y preparación de un soft-  
ware adecuado a las áreas de mayor interés  
para la política internacional.

C. En Televisión: implementación de 2 programas -  
de cobertura total para garantizar un mínimo de  
complementariedad:

- a. un programa nacional (Primer Programa) diri-  
gido a la mitad inferior de la pirámide so-  
ciocultural de la población de interés gene-  
ral, para cuya base se propone el actual ca-  
nal 8.
- b. Un programa nacional (Segundo Programa) di-  
rigido a la mitad superior, de más alta ca-  
lidad, de intereses especiales y para uso -  
específico, para cuya base se propone el ac-  
tual canal 5.

Tanto para Radio como para TV se requiere crear  
un gran centro de producción y emisión en la re-  
gión capital y al menos dos más de emisión y -  
producción parcial regional.

D. Para OTROS SISTEMAS DE DIFUSION: se recomienda:

- a. No desarrollar otros sistemas mientras no -  
exista nuevo reglamento y un nuevo servicio  
público nacional.

- b. No implementar la TV color por razones de - dependencia tecnológica y depauperación de - las clases menos pudientes.
- c. Revertir al sector público todas las conce-- siones en Frecuencia Modulada.
- d. Revertir al sector público la Hilodifusión y la CATV (TV vía cable).

3.6.5. Complementación radioeléctrica a los planes de inte- gración nacional: se insta a la Nueva Institución a que asuma todos los compromisos internacionales en - lo que dentro de las telecomunicaciones atañe a la - radiodifusión (Pacto Andino, proyecto SERLA, etc.); a que desarrolle una política más digna frente a la Unión Internacional de Telecomunicaciones y otros or- ganismos internacionales; a que recupere en lo posi- ble las frecuencias perdidas.

3.6.6. El aspecto económico de la Nueva Política:

3.6.6.1. Objetivos: Recursos económicos necesarios para la satisfacción de los objetivos pre- vistos de infraestructura de transmisión, centros de programación, centros comunales de recepción, centro de recursos humanos, unidad de control e investigación, censos e inventarios.

3.6.6.2. Los recursos necesarios:

- A. Inversión en activos fijos: 150 millo- nes de Bolívares (frente a los 170 del sector privado).
- B. Los costos (el Giro Anual): 796 millo- nes de Bolívares (promedio derivado de los parámetros europeos de tipo públi- co complementario).
- C. Otros gastos: Centro de Formación, 8 - millones de Bolívares anuales; control de calidad, 2 millones de Bolívares a- nuales.

TOTAL: 806 millones de Bolívares anuales  
(meta presupuestaria a alcanzar en 5 años).

3.6.6.3. Las Fuentes de Financiamiento:

Ingresos anuales

A. Licencia de Emisión: (la mitad del 10%).....	Bs. 25.0 millones
B. Licencia de Recepción: TELEVISION .....	Bs. 82.5 millones
RADIO.....	Bs. 25.0 millones
C. Impuesto General a la Publicidad (la 1/4 de un imp. del 10% al a- nunciante).....	Bs. 37.5 millones
D. Publicidad Propia (hasta un máximo del 25% de los ingresos generales).....	Bs. 180.0 millones
E. Camatagua.....	Bs. 5.0 millones
F. Venta Programas .....	Bs. 28.0 millones
<hr/>	
T O T A L .....	Bs. 383.0 millones
G. Implementación Presupes- taria máxima.....	Bs. 423.0 millones

---

Bs. 806.000.000

Los ingresos propios en su etapa final de pleno -  
funcionamiento representarían el 48% aproximada-  
mente del presupuesto anual.

3.6.7. Aspecto de Seguridad, Defensa Nacional y Defensa Civil:

- A. Nueva Planificación del espectro radioeléctrico.
- B. Establecimiento de un Sistema Nacional de Alerta obligatorio para el sector público y privado.
- C. Establecimiento de prioridades en la ejecución - de medidas por parte de las FF.AA.
- D. Establecimiento de una política permanente de apoyo a los cuadros de las FF.AA., a la programación tendiente al rescate de la identidad nacional.

3.6.8. En relación a Recursos Humanos

- A. Cancelar los permisos y suspender las actividades de los Centros y Academias particulares dedicados a enseñanza de especialidades en Radiodifusión;
- B. Suspender por parte del Ministerio de Comunicaciones el otorgamiento de títulos hasta renovación de las exigencias curriculares;
- C. Desarrollar un plan de becas, progresivo sobre tres períodos, para subsanar las fallas más urgentes;
- D. Predisponer mecanismos autónomos de preparación de recursos humanos, y para ello crear un Centro de Formación Profesional, de alto nivel, adscrito a la nueva Institución de la Radiodifusión - (RATELVE).

Resumió: Jesús M. Aguirre.

---

---

# GUÍA Bibliográfica

---

## BIBLIOGRAFIA RETROSPECTIVA SOBRE LA TELEVISION VENEZOLANA:

### I. OBRAS Y ESTUDIOS

Aunque varias de las obras seleccionadas son tratamientos globales sobre los medios masivos, hemos considerado conveniente recogerlas, ya que por una parte los primeros estudios son comprehensivos de todos los medios y por otra parte - algunas tendencias investigativas priorizan los análisis globales de los medios sobre los sectoriales.

- 1975 Proyecto RATELVE (de la Comisión Preparatoria del CONAC), Ed. Suma, Caracas.
- 1974 Mujica, Héctor: Sociología Venezolana de la Comunicación, UCV., Caracas
- 1974 Muñoz, Carlos: Televisión, violencia y agresión, Col. Esquema, UCV., Caracas.
- 1971 Borden y Fernández: Las actitudes del niño hacia la Televisión venezolana; tesis de grado, - Esc. Sociología y Antropología, UCV., Caracas.
- 1971 D'Amico, Margarita: Lo audiovisual en expansión, Ed. Monte Avila, Caracas.
- 1971 Marcano y Moncada: Contenido de violencia en el mensaje televisivo dirigido a la infancia venezolana; tesis de grado, Esc. de Sociología y Antropología, UCV., Caracas.
- 1969 Santoro, Eduardo: La televisión venezolana y la formación

- de estereotipos en el niño; UCV., Caracas
- 1968 Colomina, Marta: El huésped alienante: un estudio sobre audiencia y efectos de las radio-telenovelas, Centro Audiovisual, Maracaibo
- 1967 Pasquali, Antonio: El aparato singular: Análisis de un día de TV en Caracas; UCV., Caracas.
- 1966 FIPAN: El doble turno escolar y el tiempo libre, FIPAN, Caracas.
- 1963 Pasquali, Antonio: Comunicación y Cultura de masas; Monte - Avila, Caracas.

## II. ARTICULOS DE REVISTAS

La siguiente selección de artículos de revistas no es exhaustiva, pues faltan por revisarse varias revistas nacionales que ocasionalmente han publicado opiniones y críticas sobre nuestra televisión. Asimismo de las revistas semanales sólo se han recogido las referencias de algunos números de carácter monográfico. Sin embargo se han procesado con esmero las revistas de estudios especializadas en comunicación.

### REVISTA ESCENA

- 1977 Guzmán Edith: Telenovelas culturales o una nueva etapa de TV, n. 14, p. 42
- 1977 Britto García, Luis: En el 77 la programación que ud. merece, n. 13, p. 41
- 1977 Marotta V. y Martínez, A.: Deporte y Televisión: La vida en replay; n. 13, p. 48
- 1976 Martínez, Ibsen: El género policial en la TV, n. 12, p. 2
- Marotta, Vicenzina: La Televisión policial importada en Venezuela, ibid. p. 4
- Guzmán, Edith: La guerra despiadada del rating, ibid. p. 14

- Aguirre, Marta: La radionovela: el placer de sufrir, ibid.  
p. 44
- 1976 Marotta, Vizencina: La cultura del sábado: el monstruo -  
de cuatro horas, n. 11, p. 46
- 1976 Aguirre, Marta: Los actores de la televisión, n. 8, p. 50
- 1975 Rodríguez, Milagros: Boves, el Urogallo o la lucha contra  
un mito, n. 2, p. 4

### REVISTA IMAGEN

- 1971 (Número monográfico dedicado a la Televisión: Agosto, Núme-  
ro, 9) Véanse:
- Vargas, Santos: La televisión y la delincuencia juvenil,  
p. 2
- Salazar, Pedro: La música venezolana en los medios audio-  
visuales, p. 5
- Consuegra, José: Basta ya de ratings, p. 5
- Valero, Aquiles: Encuesta sobre la Televisión (Eleazar -  
Díaz Rangel, Juan Liscano y Sergio Anti-  
llano), p. 8
- Izquierdo, Carlos: La TV. droga para las masas, p. 11
- Díaz-Sosa, Carlos: La Televisión en Venezuela: un monsu-  
truo sagrado?, p. 13
- Reyes, Zerpa: Factibilidad del uso de un sistema de comu-  
nicaciones mediante satélite para la educa-  
ción, la cultura y el desarrollo en América  
Latina, p. 15.
- 1971 Tarre Murzi, Aldredo: El Inciba y la Televisión: Recomen-  
daciones a la comisión de cultura -  
del Senado, Agosto, n. 10, p. 16
- 1971 Documento: Psiquiatras se pronuncian por una Ley de TV, -  
Sept. n. 15, p. 3
- 1971 Documento: Empleada la Televisión venezolana, Oct. n. 16

1971 Mujica, Héctor: Por una televisión al servicio de la sociedad, nov. 22, p. 10

## REVISTA SIC

- 1977 Aguirre, J.M. El futuro de la radiotelevisión: 1985, Dic., n. 400, p. 488
- 1976 Sonntag, Heinz R.: La crisis ideológica y los medios audiovisuales, Mayo, n. 385, p. 268
- 1975 Colomina, Marta: A propósito de la Celestina mecánica o los simulacros eróticos, Sept.-Oct., n. 378, - p. 354
- 1974 Aguirre, J.M.: Telesugerencias, Junio, n. 366, p. 274
- 1973 Sáez, J.L.: Morfología de un género de consumo: la telenovela, Junio, n. 356, p. 281
- 1972 Ibáñez, Ignacio: El videocassette al servicio de la educación, Abril, n. 344, p. 177
- 1972 Martínez Galdeano, F. y Martínez Terrero, J.: El negocio de la TV en color, Nov. n. 349, p. 397
- 1971 Ibáñez, Ignacio: TV: La telenovela, Abril, n. 340, p. 178
- 1970 Ibáñez, Ignacio: Tres millones de veces una persona, Enero, n. 321, p. 37
- " " " TV y Violencia, Feb., n. 322, p. 84
- " " " Puede mentir la TV?, Marzo, n. 323, p. 130
- " " " Televisión estimulante, Abril, n. 324, p. 179
- " " " Televisión del futuro, Mayo, n. 325, p. 227
- " " " Nueva Política ante la Tv., Junio, n. 326, - p. 275
- " " " Un 5 de julio en la Televisión venezolana, - Julio-Agosto, n. 327, p. 321
- " " " Televisión y deporte, Sept.-Oct., n. 328, - p. 365.

- 1970 (Número monográfico: Hacia una TV. más responsable en Venezuela, en el que colaboran Pedro Berroeta, Alberto Ancízar, Oscar Yánes, Carlos Delgado Dugarte, Gertrudis Toledo, Ignacio Ibáñez, Rodolfo José Cárdenas, Mauro Barrenechea y Ramón J. Velázquez), Dic., n. 330.
- 1968 Corta, José F.: La fuerza de los medios de comunicación - de masas, abril, n. 304, p. 173
- 1966 Sáez, José L.: Educando con la Televisión, Junio, n. 286, p. 273
- 1966 González, Hermann: La televisión y el Pueblo, Julio-Ag. - n. 287, p. 339
- 1958 González, Hermann : Prensa, Radio, Cine y Televisión, n. - 201, p. 14
- 1957 Labelle, Jean Paul: Los jóvenes y la televisión, n. 197 - p. 308
- 1955 Iriarte, Víctor: Televisión y moral, n. 180, p. 464-467
- 1954 Labrador, Epifanio: El católico ante la televisión, n.164 p. 176
- 1953 Barnola, Pedro Pablo: Televisión, grave responsabilidad, n. 158, p. 347

## RESUMEN

1974 (26 de Mayo-Vol. III) Nº 29

- Porno TV, A dónde vamos por estos canales? pág.80 - Redacción
- Opinión del Dr. Pablo Herrera Campins " 80 - Entrevista.
- Opinión del Dr. Enrique Tejera París " 81 - Entrevista.
- Opinión de la Dra. Mercedes de Olavarría " 82 - " "
- Opinión de Adolfo Aristiguieta Gramcko " 82 - " "
- Un dilema urgente " 83 - Redacción
- "Cada país tiene la TV que merece" opina -  
Libertad Leblanc " 84 - Mariane -  
Pabón.
- La TV "El amigo de la familia" " 85 - Rubén Cha  
parro R.

1974 (2 de Junio - Vol. III) Nº 30

- Notas para un proceso a la Televisión pag.48 - Jorge Olavarría
- "Hay problemas" (Entrevista) " 51 - Gonzalo Barrios

- "Es producto de lo que somos" (entrevista)	pag. 52	- Simón A. - Consalvi.
- La programación de la TV a nivel nacional	" 53	- Elena Ve-- gas.
- "El gobierno adoptará medidas" (entrevista)	" 54	- Armando S. Bueno.
- "Desperdiciar posibilidades" (entrevista)	" 55	- Luis Manuel Peñalver.
- TV y Democracia	" 56	- Carlos Ran- gel.
- Documento pontificio sobre M.C.S.	" 57	- Iglesia
- "El nivel de la TV ha bajado" (entrevista)	" 57	- Luis Alber- to Ancizar
- Cursilería y Mediocridad	" 57	- Gloria - Cuenca.
- "Rating" soberano en la TV	" 58	- M.D.
- "Deforma, degrada, distorsiona" (entrevista)	" 59	- Juan Lis-- cano.
- Los medios no cumplen: II Congreso Católico	" 60	- Iglesia
La pirámide invertida	" 60	- Pedro Be-- rroeta.
- "La TV es buena" (entrevista)	" 61	- Amalia P. Díaz.
- Televisión sin regla ni reglamento	" 62	- Mariané - Pabón.
- Entrevista con América Alonso	" 66	- América - Alonso.
- 12 niños hablan de TV	" 73	- Entreis-- tas.
- TV Qué ha forjado el hombre?	" 76	- Robert -- Engle.
- El futuro, temible y regocijante	" 78	- Edward - Behr.

- Nuevos productos y técnicas pag.80 - Newsweek
- Televisión en colores " 81 - Gonzalo Aguerrevere

1974 (9 de Junio - Vol. III) Nº 31

- Versión completa del programa "Buenos Días" " 60 - Entrevista a Jorge Olavarría  
(Tema: La TV venezolana)
- Necesitamos enfrentarnos a la TV " 65 - Rubén C. Rojas.
- "Telenovelas sí, pero con mensaje" " 67 - George - Stone.  
(entrevista)
- Qué ven los televidentes, una guía mundial " 68 - Newsweek
- TV en color: Un cambio demasiado caro " 74 - Tejera - Rodriguez
- Carta de Alfredo Tarre Murzi sobre la TV " 75 - Tarre M.

1974 (23 de Junio - Vol. III) Nº 33

- Reinaldo Herrera explica como murió "Buenos Días" " 78 - Entrevista.
- Esquizofrenia por Televisión " 79 - Alicia - Segal
- El niño y la TV " 80 - Congreso
- Sacudida: Efectismo y sensacionalismo " 81 - Senta - Essensfeld de Brewer

1974 (30 de Junio - Vol. III) Nº 34

- Medios de Comunicación de masas " 56 - Gabriela Bronfenmajer

1974 ( 28 de Julio - Vol. IV) - Nº 38

- Violencia y Televisión " 82 - ITV -



en América Latina

pag. 81-99  
Fausto Izcaray  
John T. McNelly

1974 (Enero-Febrero)

- Lo que quieren y lo que hacen los niños de pag. 5-39  
Caracas. Leoncio Barrios Barreto
- Un estudio exploratorio sobre el contenido pag. 67-77)  
de un programa de televisión (Sopotocientos) Igor José Colina B.

1974 (Marzo-Abril)

- Investigación sobre el programa de Televi-- pag. 83-115  
sión "Buenos Días" Helena Vargas Sanchez

1974 (Mayo-Junio)

- Comunicación Social y Alienación pag. 7-17  
Jose Luis Vethencourt

1975 (Julio)

- Análisis de contenido y de la programa- pag. 35-49  
ción infantil de la Televisión venezola Diana P. de Betancourt  
na. María A. Arias G.

1975 ( Septiembre )

- La televisión venezolana y la educación pag. 31-39  
María Cristina Capriles  
Olga García  
Anita G. de Lapco  
Iris Millán  
Imelda R. de Silva.
- Veintidós años de televisión en Venezue pag. 53-58  
la, origen, penetración y sus consecuen  
cias. Dora Gómez

1975 (Diciembre) y 1976 (Febrero)

Estudio exploratorio sobre la televisión y la actividad lúdica del niño

pag.47-70  
Rebeca Blanco  
Mery Gonzalez  
Sonia Gonzalez

Influencia de algunos medios de comunicación colectiva (prensa, revistas, fotonovelas y televisión) en la conducta delictiva femenina adolescente.

pag.101-141  
- María J.Ferverza C.  
Francys García A.  
Maritza Mendoza A.

### BOLETIN COMUNICACION

1975 (Septiembre)

Lo popular en la televisión: José como riesgo y alternativa.

pag.46-52  
César Miguel Rondón

1976 (Junio)

El sensacionalismo en su doble vertiente: violencia y lubricidad

pag.14-32  
Jesus M. Aguirre

(Abril)

Valores transmitidos por la serie pedagógica: "Sopotocientos"

pag.20-33  
Coral Delgado

Por qué no progresa la teleducación en América Latina?

pag.70-83  
Manuel Benavides Gonzalez

El Centro de Televisión Educativa de la Universidad del Zulia: una alternativa de solución a la crisis educativa.

pag.84-93  
CENTRO DE  
TELEVISION EDUCATIVA

Tendencias de la experimentación latinoamericana en teleducación.

pag.93-106  
Jesús M. Aguirre

(Junio)

Distribución de los medios radioelectricos en la región capital y en la provincia ve-

pag.79-100

nezolana

Francisco Tremonti

1977 (Agosto)

- La concentración de medios masivos  
en Venezuela

pag.61-79  
Marcelino Bisbal

---

---

# Informaciones

---

## EL "APAGON CULTURAL" DE CHILE

El número de noviembre-77 de la importante revista chilena "Mensaje", desde su portada y desde sus páginas interiores, da un grito de alarma sobre el grave deterioro que en los últimos años viene padeciendo la cultura en uno de los países tradicionalmente más cultos de Latinoamérica. Por su parte, el diario "El Nacional" de Caracas (28-11-77), a través de una amplia crónica de su enviado especial a la capital chilena, se hace eco oportunamente de la misma problemática.

El "apagón cultural" chileno tiene una sola causa radical y múltiples manifestaciones. La causa es la política antihumanitaria y represiva de un gobierno que llegó al poder con desconocimiento de la voluntad popular y sin otra fuerza que la de las armas. Ese gobierno, desde el mismo 11 de Septiembre de 1973, declaró una guerra a muerte a la cultura y a las personas e instituciones preparadas para fomentarla. Los gobiernos dictatoriales siempre han visto en la libre creación cultural al más peligroso de sus enemigos.

Una de las primeras medidas tomadas por el régimen militar fue la de intervenir todas las universidades -

chilenas, nombrando rectores militares y expulsando alumnos y profesores. La televisión fue también inmediatamente intervenida a través de las mismas universidades, ya que en Chile la mayoría de las plantas estaban adscritas a los institutos superiores de enseñanza. De los once diarios existentes en Santiago, fueron cerrados definitivamente Clarín, La Nación, Última Hora, El Siglo y Puro Chile. Parecida suerte corrieron muchas importantes revistas. La censura, directa o indirecta, se impuso a todos los niveles. La importación de libros estuvo siempre directamente controlada por el gobierno. Fueron destruidas imprentas, cerradas editoriales, prohibidas muchas expresiones folklóricas...

Tenemos que reconocer con dolor que la política desarrollada por los militares chilenos ha dado los resultados esperados. El "apagón cultural" de Chile es un hecho perfectamente comprobable a través de múltiples manifestaciones. Nos queda, con todo, la fundada esperanza de que, tras este ya demasiado largo paréntesis de sombras, volverá a desatarse la capacidad creativa de uno de los pueblos más lúcidos del continente.

---

SIC: 40 AÑOS AL SERVICIO DE LA CULTURA VENEZOLANA

En Venezuela son muy pocas las revistas, sobre todo de tipo cultural, que cuentan cuarenta años en su haber. Por eso celebramos gozosos la cristalización de un esfuerzo tan continuado como el del equipo SIC, configurado actualmente por doce jesuitas especializados en las ramas de Sociología, Antropo-

logía, Teoría Política, Comunicación y Teología.

El grupo funciona en el Centro Gumilla (Av. - Cristóbal Rojas, 16, Santa Mónica, Tel. 6612840), donde además - existen servicios de documentación y biblioteca abiertos al públi- co. El mismo equipo en colaboración con otros expertos publica - guías de estudio para la formación sociopolítica y teológica.

Aunque la revista ha sufrido variaciones en - su rumbo ideológico, pues hasta no hace mucho tiempo coincidió - con las posiciones democristianas, en los últimos años ha adopta- do una posición independiente, aunque no neutral. Sus enfoques - actuales favorecen decididamente las opciones, incluso políticas, que se comprometen a liberar a las mayorías nacionales.

El último número de diciembre (1977) reviste un carácter extraordinario tanto por la duplicación del habitual número de páginas como por el contenido de los artículos. En - esta oportunidad la revista presenta varios análisis interdisci- plinarios y prospectivos sobre la Venezuela de los próximos años. Aunque todo el conjunto motiva a la lectura por la complementariedad de los estudios, para los comunicadores son de particular interés los artículos dedicados a los temas de cultura y comunica- ción: "Exorcismo y salvación de las vigencias culturales y la utopía criolla" de Ignacio Castillo; "La Patria es América" de Carmelo Vilda, y "El futuro de la radiotelevisión venezolana: 1985" de Jesús M. Aguirre.

Como crítica constructiva quisiéramos señalar que a veces le falta a la revista agilidad en el balance de conte

nido y en la diagramación. Sin embargo no podemos menos que alentar un esfuerzo que se ha pretendido abortar por intrigas político eclesiásticas y por el boicot publicitario.

---

### DEPURACIONES PRE-ELECTORALES

Sin mayores justificaciones y más bien acosados por el terror de la infiltración ante la próxima campaña electoral, se han iniciado una serie de despidos en varias Instituciones del Estado. Esta política también ha trascendido al área de la Comunicación Social, especialmente ligada a las operaciones de Campaña Electoral.

Al ascender el ex-director de la Radio Nacional, Carlos Gottberg, a la Dirección General del Ministerio de Información y Turismo, fue sustituido apresuradamente por Enrique Faillace. Este actor de la década del 50, quien veinte años después ha ocupado la gerencia de producción y la gerencia general del Canal 8 de televisión y se ha caracterizado por su defensa de las series policiales enlatadas, determinó eliminar de la emisora a José Ignacio Cabrujas, a César Miguel Rondón, a Ludovico Silva y a Orlando Araujo.

Si las razones de la expulsión obedecían a criterios de "rating" no se explica cómo hayan podido liquidar a un guinista tan exitoso como José Ignacio Cabrujas (autor de telenovelas como "La Señora de Cárdenas" con 80 puntos en el rating) o co-

mo César Miguel Rondón, experto en música latinoamericana y salsa (productor de espacios exitosos incluso en emisoras como Radio Aeropuerto).

Por otra parte si los motivos que se alegan son de orden cultural, todavía se explica menos la eliminación de Orlando Araujo y Ludovico Silva, unos de nuestros mejores ensayistas en la actualidad, ambos ganadores de varios premios nacionales.

También en las mismas fechas la fracción Social Cristiana de Trabajadores de Radio, Televisión, Cine, Teatro y Afines emitió un comunicado condenando la actitud del Director de Radio Nacional, quien por motivos políticos despidió de la emisora del Estado a Agustina Martín, ganadora por dos veces del Premio Internacional "Ondas", mención que se otorga anualmente al mejor programa cultural de emisoras iberoamericanas.

La reestructuración aparentemente técnica no obedece, pues, más que a criterios arbitrarios de depuración política basados en las simpatías o antipatías gubernamentales. La calidad y la técnica han vuelto a pasar de nuevo al último lugar ante la preeminencia del carnet partidista.

---

#### CASO OLAVARRIA: ENTRE EL CONFLICTO PRIVADO Y LA VENGANZA PUBLICA

El caso Olavarría ha trascendido a la opinión pública a través de los medios de comunicación complementados con las pintas en las paredes y muros de Caracas.

Como ha señalado en varias oportunidades la -  
página editorial de "Resumen" en una mancheta que ocupa una décima  
parte de la página blanca: (Su Director) "Sigue preso, señores de  
la SIP, y secuestrados la redacción, teletipo, archivos, laborato-  
rios y oficinas de RESUMEN".

Sin embargo el problema posee una doble ver---  
tiente: una primera de carácter privado en que su ex-esposa ha for-  
mulado un cargo de apropiación indebida calificada contra Jorge O-  
lavarría, y otra en que grupos pro-gubernamentales han lanzado una  
campaña de desprestigio del editor con tácticas para el estrangula-  
miento de "Resumen".

El nudo gordiano se entretejió cuando nació la  
demanda de la Sra. Mercedes López Núñez, en contra del Dr. Jorge O-  
lavarría y la Sociedad "Inversiones y Promociones Mejor S.R.L." de  
la cual ambos son propietarios al 50% de las cuotas cada uno.

Los abogados de la Sra. López se basaron en el  
Artic. 375 del Código de Procedimiento Civil para practicar la me-  
dida del secuestro de parte de los locales y equipos técnicos (te-  
letipo, archivo fotográfico, talleres etc.): "se decretará secues-  
tro...", "... de la cosa litigiosa, cuando sea dudosa su posesión!"

Según Jorge Olavarría esta medida es imporce--  
dente ya que no hay relación legal alguna entre la C.A. de Servi--  
cios Editoriales Hontanar (Resumen) y la Sra. López, pues esta en-  
tidad (Resumen) se inquilina de Inversiones y Promociones Mejor -  
S.R.L. desde hace más de cuatro años con contrato de arrendamiento  
vigente y pago puntual de sus cánones.

Con el nuevo giro impuesto por la demanda el litigio adquiere un relevante interés político y comunicacional, pues se plantea la crisis y cierre de una revista que más acerbamente ha criticado al Gobierno actual. (Informaciones confidenciales hablan de la reducción drástica del tiraje y de una deuda galopante. La limitación de páginas y publicidad es evidente.

No es sorprendente que el Ministerio de Información y Turismo haya eliminado la publicidad gubernamental. Lo que es inusitado es la convergencia de operaciones extrañas - en torno a un conflicto privado hasta tal punto que han motivado incluso la solicitud de antejuicio contra el Ministro de Información por abuso de autoridad.

Entre los incidentes sospechosos se han destacado los siguientes:

- la profusión de pintas insultantes contra Jorge Olavarría en los muros y paredes de Caracas sin que haya habido detenidos,
- la presencia simultánea de la Televisión Oficial y la Policía Técnica Judicial en la inspección o visita domiciliaria,
- la colocación de artefactos inalámbricos en la celda de reclusión,
- el juicio con celeridades y retardos enigmáticos etc.

Ante los hechos Jorge Olavarría ha tratado de elevar su voz hasta la Sociedad Interamericana de Prensa, pero a pesar de sus insistentes apelaciones y del envío de una comisión a Caracas para que juzgue si se coarta o no la libertad de expresión, es poco probable que la SIP se pronuncie en torno

al caso, pues los expertos en triquiñuelas legales han sabido darle al litigio un inobjetable sabor de asunto privado, que por otro lado produce enjundiosos dividendos políticos.

Desgraciadamente a Jorge Olavarría, uno de los defensores más acérrimos de las libertades formales, le ha tocado experimentar en carne viva la realidad fútil de unos derechos constitucionales y una legalidad aparentemente entronizadas por encima de todas las instancias y grupos de poder. Sea cual sea el juicio de la SIP en torno al caso, los poderes de información han creado en el público la opinión, aun antes de ninguna sentencia firme, de que Olavarría ha estado recluido en la cárcel Modelo por ladrón.

Por lo demás en Venezuela, ni siquiera el uno por ciento de la población goza de una revista y de una reserva económica como la de Jorge Olavarría para intentar una large defensa contra esas fuerzas oscuras de la democracia que disfrutan del derecho constitucional de la libertad de expresión porque poseen poder de información y además controlan otros resortes importantes.

---

#### CUANDO EL TEATRO CRITICA A LA TELEVISION

En diciembre el Grupo "Teio" que dirige José - Simón Escalona escenificó el texto "Seducción" de Paul Williams - en el auditorio del Instituto de Educación Fermín Toro. Aunque la obra ha pasado desapercibida, hemos creído conveniente referirnos a ella, ya que su temática aborda en forma crítica el influjo de la televisión en los receptores y nunca mejor momento que éste en que

hemos conmemorado los 25 años de la pantalla chica.

La obra cuestiona la alienación de una tele-espectadora quien a través del masaje televisivo, repleto de violencia y cursilería, cae en esclava del aparato. Envuelta por el mundo de mentiras sugestivas de la pantalla chica la víctima desemboca en la absurda situación de querer mantener incluso con contacto físico-oral con el personaje que se dirige a ella desde el televisor.

En la aplicación de resortes dramáticos se recurre a la técnica del absurdo al estilo de S. Beckett, Adamov, Ionesco, aunque como ha declarado el autor, su talante y recursos están más bien emparentados con el humor negro criollo y con los absurdos cotidianos de la vida venezolana.

En efecto Paul Williams, al ser interpelado por el periodista E. A. Moreno Uribe, acerca de la ambigüedad de las técnicas del absurdo a la hora de transmitir mensajes críticos, explicó que los absurdos de su obra están más bien conectados con la realidad que con experimentos metodológicos: " No es absurdo -explicó- que siendo un país millonario vivamos en una ciudad llena de huecos, sin una maternidad adecuada, sin presupuesto para educación y donde los ranchos, el hambre y la sarna son nuestro pan de cada día? No es absurdo que el CONAC regale 100 mil bolívares a un tal señor Lo Mónaco pero le niegue 300 afiches a un determinado grupo de actores conocidos? No es absurdo que 13 millones de habitantes tengan 12 candidatos presidenciales y que para una votación se quisieran gastar 110 millo-

nes en máquinas electrónicas de votaciones? (...) No, ya no utilizo la técnica del absurdo pues tengo material de sobra sin tener - que echar mano de ella".

Es explicable que la obra de Paul Williams, - dramaturgo perteneciente a la segunda generación de actores aún - con dificultades para presentar sus obras, no encuentre apoyo fi-- nanciero para la exhibición de esta obra en las salas comerciales. No hay, duda de que su presentación compromete.

---

#### OPINION DEL FISCAL SOBRE EJERCICIO ILEGAL DE PERIODISMO

La Junta Directiva del Colegio Nacional de -- Periodistas DF hará valer ante las instituciones, personas y gre-- mios con respeto pero con firmeza a través de juicios penales la - interpretación del Fiscal General sobre la norma de que los profes-- ionales que realicen entrevistas por radio y televisión sean miem-- bros de ese organismo.

Con fecha 5 de Septiembre del año pasado el - CNP-DF solicitó del Fiscal General de la República, doctor José Ra-- món Medina, una opinión suya en relación a varios puntos conteni-- dos en la Ley de Ejercicio del Periodismo, que en particular se re-- fieren al ejercicio ilegal en algunos programas de entrevistas en radio y televisión.

El problema surgía de la interpretación del - Parágrafo segundo del Art. 3º que establece una excepción al expre-- sar: "Igualmente quedan exceptuados los directores de diarios o pu

blicaciones periodísticas de circulación regular y los Directores de Programas de opinión de los medios audiovisuales". En efecto qué implica tal excepción?Cuál fue la voluntad legislativa?

Como expresa la opinión del Fiscal las palabras empleadas -director, opinión...- hacen el párrafo oscuro y ambiguo, ya que, evidentemente ellas expresan menos de lo que fue requerido.

Atendiendo al espíritu de la Ley que trata de reservar a favor de los periodistas el derecho exclusivo de ejercer las funciones propias de la profesión (Art. 2º) y de acuerdo a la distinción que establece entre la facultad de dirigir y la función del periodista (Art. 33), es obvio que un director que no es periodista no puede, en ninguna forma, ejercer funciones propias del periodismo profesional. Como está reglamentado, los requisitos impretermisibles para ejercer la profesión son: la posesión del título correspondiente expedido en el país o su reválida, y el otro, la inscripción en el Colegio Nacional de Periodistas.

De esta forma la interpretación del Fiscal (16 de Enero) confirma la posición de la Junta Directiva del CNP-DF al sostener que cuando un director o un moderador de programas de opinión ejerce como entrevistador, incurre en ejercicio ilegal de la profesión de periodista y que, igualmente hay ejercicio ilegal en las colaboraciones a través de reportajes, entrevistas, etc., publicados por la prensa escrita si sus suto-

res se limitan a transcribir las opiniones de otros y, además, no son miembros del Colegio. Ante el carácter de dictamen que ha pretendido dar un comunicado del CNP-DF a dicha opinión, el Fiscal aclaró ante los miembros del Sindicato de Trabajadores de Radio, - Teatro, Cine, TV y afines del DF. y Edo. Miranda, que no se trata de un dictamen obligante.

---

### ADVERTENCIA A PERIODISTAS DE LA FARANDULA

Los abusos persistentes de los periodistas de farándula quienes tienden a nutrir sus informaciones con la "chismografía" acerca de la vida de actores y actrices (últimamente con el rumor de amoríos de Chelo Rodriguez con un torero) han ocasionado una intercepción seria del Tribunal Disciplinario del Colegio - Nacional de Periodistas.

De acuerdo al art. 47 del Código de Etica que establece su obligatoriedad para todos los miembros del C.N.P., el Tribunal se siente con fuerza legal y ética para hacer entre otras cosas las siguientes observaciones:

- Las funciones de los llamados periodistas de farándula son concretas y deben fijarse en la actuación, producción y todos los elementos técnicos y de contenido trascendente de los trabajadores de los medios, con particular atención de los artistas, - puesto que su imagen les da una proyección al público que los hace cercanos y aparentemente accesibles. Pero no significa esto -de ninguna manera- que los artistas no tengan derecho a una vi

da privada o que sus actividades al margen de sus actuaciones en los medios deban ser publicitadas de manera escandalosa.

- A pesar de que algunos colegas, sometidos a proceso, descargan su responsabilidad en los editores, directores y jefes de información, el Tribunal Disciplinario considera que existe una responsabilidad individual del periodista en ejercicio que puede ser eludida, y el periodista DEBE NEGARSE A CUBRIR INFORMACIONES sensacionalistas, amarillistas o que dañen la vida privada y la dignidad de los artistas.

Según el mismo comunicado, emitido a fines de Enero, el C.N.P. promete respaldar con toda efectividad a tales periodistas en resguardo de la dignidad profesional de su contenido ético y su derecho al trabajo.

---

### POLITICAS CULTURALES EN AMERICA LATINA

El 20 de Enero finalizó en Bogotá la "Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales en América Latina y el Caribe", propiciada y organizada por la UNESCO.

No disponemos todavía de suficientes informaciones sobre el desarrollo de tan importante evento como para intentar ahora una reseña y, menos, un análisis evaluativo de los resultados del mismo. Nos limitaremos por el momento a hacer unos breves comentarios sobre alguno de los aspectos que la prensa nacional venezolana de esos días puso más de relieve.

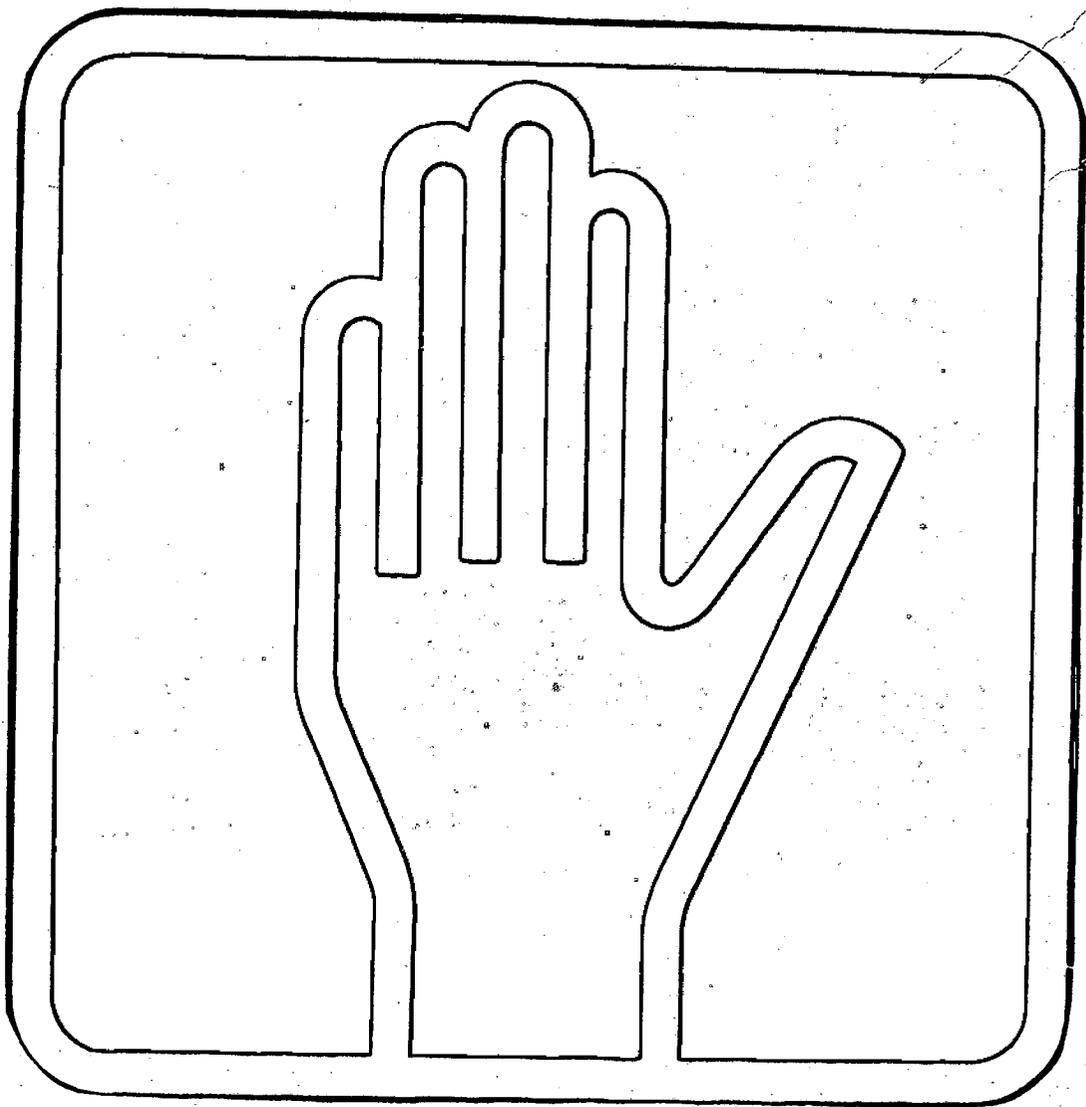
En primer lugar, parece que hubo acuerdo general en destacar la importancia de la convocatoria misma de la Conferencia. El hecho de que se hayan reunido, a nivel de Estado, - los diferentes países de América Latina y el Caribe para tratar el tema de la identidad y el desarrollo de sus respectivos pueblos - hermanos es en sí mismo de una trascendental significación. En un concepto adecuado de cultura intervienen todos los factores que - tienen que ver con el desarrollo de un pueblo. En consecuencia y por otra parte, la integración para el desarrollo de los distintos pueblos latinoamericanos tiene que ser concebida, en alguna manera, como integración cultural.

Como era de esperarse, por otra parte, el tratamiento del tema de la cultura llevó de hecho al tratamiento de - otros temas intrínsecamente conexos. En particular, parece que - volvió a ser especialmente polémico el tópico de "Comunicación y - Cultura". Volvieron a aflorar en Bogotá los planteamientos de San José de Costa Rica (1976) y Nairobi (1977) sobre la necesidad de - lograr un equilibrio más justo en el flujo internacional de las in- formaciones. La delegación venezolana asumió en este punto una po- sición teórica consecuente e insistió de nuevo en la necesidad de que los países del Tercer Mundo vayan creando sus propias agencias informativas, así como en que es papel irrenunciable de los respec- tivos Estados la formulación de una política nacional de comunica- ción y la creación de un Consejo Nacional de Comunicación que haga operativa esa política. Llama la atención, respecto a esto último, el contraste entre la claridad de los planteamientos venezolanos - en los foros internacionales y el inexplicable retraso en la apli-

cación, dentro del ámbito nacional venezolano, de medidas que respondan a esos mismos planteamientos.

La prensa nacional venezolana destacó también la intervención del Dr. Arturo Uslar Pietri en el seno de la Conferencia. A nosotros nos parece que, frente a indudables aportes positivos e iluminadores, el concepto de cultura que el Dr. Uslar esboza en su intervención es por lo menos ambiguo y pareciera desconocer, en todo caso, el influjo determinante que para el desarrollo o sofocamiento de la misma tienen las estructuras económicas y políticas vigentes (que con frecuencia no han sido precisamente estimulantes de la cultura local autóctona). Una perspectiva dialéctica y conflictiva no puede estar ausente a la hora de intentar la identificación y el desarrollo de las culturas latinoamericanas.

La Conferencia de Bogotá logró una serie de importantes acuerdos de carácter principista. El resultado práctico de esos acuerdos no puede esperarse a corto plazo. Todo proceso cultural es complejo y problemático. No es, sin embargo, pequeño logro haber tomado conciencia de esa complejidad y de esa problematicidad.



**( No existe buena o mala comunicación.  
Sino comunicación o incomunicación.)**



**CENTRO DE COMUNICACION SOCIAL  
"JESUS MARIA PELLIN"**

Apartado 20133 Teléfono 42 40 01  
CABACAS (002) VENEZUELA